

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВПО «АмГУ»)**

Факультет международных отношений  
Кафедра международного бизнеса и туризма  
Направление подготовки 43.03.02- Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Л.А. Понкратова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Событийный туризм: новые возможности развития в регионе

Исполнитель

студент группы 234-об \_\_\_\_\_

Н.В.Колесникова

Руководитель

ст. преподаватель \_\_\_\_\_

О.Н.Забарина

Нормоконтроль

инженер \_\_\_\_\_

О.В.Шпак

Благовещенск 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВПО «АмГУ»)**

Факультет Международных отношений

Кафедра Мирового бизнеса и туризма

**З А Д А Н И Е**

К бакалаврской работе студента

Колесниковой Надежды Владимировны \_\_\_\_\_

1. Тема курсовой работы(проекта):

Событийный туризм: новые возможности развития в регионе

\_\_\_\_\_

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов):

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

\_\_\_\_\_

6 Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель бакалаврской работы (проекта)

Забарина Оксана Николаевна \_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): \_\_\_\_\_

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 77с., 26 рисунков, 16 таблиц, 42источника, 5 приложений.

ТУРИЗМ, СОБЫТИЕ, СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, ГЕОБРЕНДИНГ, EVENTМАРКЕТИНГ, СПРОС НА СОБЫТИЙНЫЕ ТУРЫ, ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОБЫТИЙНЫХ ТУРОВ, НОВЫЙ ТУРПРОДУКТ

При написании работы ставилась следующая цель - разработка нового событийного тура в Амурской области. В виду многоплановости темы, в работе поставлены следующие задачи:

- определить понятие событийного туризма;
- классифицировать событийные туры;
- выявить возможные факторы, оказывающие влияние на развитие туристского центра;
- изучить организацию событийных туров;
- сформировать календарь событийных мероприятий;
- изучить выходные дни в Китае;
- анализировать рынок спроса и предложения событийного туризма;
- исследовать привлекательность событийного туризма;
- разработать событийный тур в Амурской области и рекомендации по его продвижению.

Объект исследования – событийный туризм.

Предмет исследования – изучениеразвития событийного туризма в Амурской области и формирование нового тура.

Практическая значимость предложенных методических положений и рекомендаций заключается в том, что развитие событийного туризма позволит привлечь новых клиентов, сделав им уникальное предложение, и укрепить положение на туристском рынке Амурской области.

Исследование основывается на общенаучных методах познания: обобщение и систематизация теоретических данных; сравнение, анализ литературы по существующей практике событийного туризма, синтез, изучение и обработка данных эмпирики; построение научных гипотез; моделирование выводов исследования, их классификация.

Структура бакалаврской работы включает: введение, 3 главы, заключение, список использованных источников и литературы, приложения.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты событийного туризма	8
1.1 Событийный туризм: понятия, особенности, виды	8
1.2 Опыт развития мирового событийного туризма	15
1.3 Организация событийного тура	22
2 Состояние событийного туризма в Амурской области	28
2.1 Туризм в Амурской области: современное состояние, тенденции развития, туристический потенциал	28
2.2 События как факторы, определяющие развитие событийного туризма в Амурской области	35
2.3 Исследование предложений туристических фирм Амурской области по событийным турам	40
3 Разработка и экономическое обоснование событийного тура для китайских туристов	45
3.1 Исследование спроса на событийные туры Амурской области	45
3.2 Разработка нового событийного тура для китайских туристов	51
Заключение	64
Библиографический список	67
Приложение А Программа тура	72
Приложение Б Анкета	73
Приложение В Заявление	75
Приложение Г Информационный листок	76
Приложение Д События в Амурской области	77

## ВВЕДЕНИЕ

Событийный туризм, или другое его название ивент – туризм (от англ. event - событие, мероприятие) с каждым годом приобретает популярность и массовость, занимая одно из перспективных направлений туристической индустрии. Данное направление довольно молодое и обладает своей уникальностью. Обычно цель поездки приурочена к какому-либо событию.

Особые туры, в которые включены не традиционные достопримечательности, за которыми мы так привыкли отправляться, а именно события, зрелищных мероприятия планеты, ритм жизни той или иной территории.

Уникальность событийного туризма состоит в том, что он многогранен, и может встраиваться в любой социально – культурный ландшафт, популяризуя ценности, культуру разных стран и народов.

За последнее время ивент– туризм занял высокую позицию, став важным элементом государственной политики. Ряд стран, Россия не исключение, начали активно участвовать в борьбе за право проводить международные мероприятия разной направленности. Также страны включают глобальные события в свои стратегии экономического развития, для того чтобы модернизировать инфраструктуру, продвинутся на мировом уровне, и непосредственно привлечь туристов и инвесторов.

Актуальность темы работы связана с тем, что на данный момент развитие внутреннего и въездного туризма являются приоритетными видами развития туризма в Российской Федерации, об этом свидетельствует запущенная в 2015 году маркетинговая стратегия продвижения турпотенциала России под названием «VisitRussia/Время отдыхать в России». Кроме того, Амурская область, обладая значительным туристским потенциалом, а также находясь в приграничном положении с Китайской Народной Республикой, имеет право стать развитым туристским центром.

Успешное развитие ивент – туризма зависит от существующей системы стратегического планирования событийных мероприятий.

Событийный туризм является ярким и привлекательным инструментом продвижения территории. Он также имеет важную роль в моделировании имиджа регионов, геобрендинге, координации и повышения эффективности работы по продвижению образа российских регионов на внутреннем и внешнем рынке. Результатом данных взаимодействий должны стать новые точки притяжения туристов.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

## 1.1 Событийный туризм: понятия, особенности, виды

Не так давно, ивент – туризм стал предметом пристального изучения. Однако, данный вид отдыха существовал с древнейших времен и лишь к 1970 – х гг. стал приобретать популярность. В данный период времени появляются потенциальные возможности для развития событий.

Основным в работе непосредственно является определение событийного туризма, поэтому стоит начать с подходов данного термина. В мировой практике закрепилось значение как «eventtourism» (от англ.event — событие или специальное мероприятие), в России принято использовать ивент-туризм или событийный туризм.

К настоящему моменту было разработано ряд трактовок к понятию «событийный туризм», каждое из них похоже друг на друга, однако также они обладают своим видением. Для более наглядного представления рассмотрим ряд определений, которые были представлены российскими исследователями (табл.1).

Таблица 1 – Определение событийного туризма российских исследователей

Авторы	Определение
1	2
Алексеева О.В.	«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации». <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально- экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с.

Продолжение таблицы 1

1	2
Бабкин А.В.	«Событийный туризм - это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма - множество ярких неповторимых моментов». <sup>2</sup>
Биржаков М.Б.	«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением». <sup>3</sup>
Долженко Г.П., Шмыткова А.В.	«Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием». <sup>4</sup>
Лакомов Е.А.	«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран». <sup>5</sup>
Никитина С.С., Зинченко М.В.	«Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара». <sup>6</sup>
Фролова Т.В.	«Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия». <sup>7</sup>

<sup>2</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 363 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm) - 2.03.2016

<sup>3</sup> Биржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94—111. [Электронный ресурс].—Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm)- 2.03.2016

<sup>4</sup> Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2007. — № 6. — С. 116—119.

<sup>5</sup> Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

<sup>6</sup> Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно- практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». — Томск, 5—6 апреля 2012 г. — С. 81—84.

<sup>7</sup> Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010/ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm) - 15.03.2016

Наиболее кратким и ёмким является определение Фроловой Т.В.: «событийный туризм - это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия». Потребность, одна из движущих сил человека, желание находится в месте события, ощущать и получать неповторимые и уникальные по своей степени эмоции. Исходя из многоплановости термина «Событийный туризм» можно сделать вывод, что единого определения на данный момент так и не было выведено, это может быть обусловлено недостатком исследования данного понятия.

Объединением всех трактовок является то, что они рассматриваются либо как вид туристической деятельности, либо как разновидность туризма.

Основными задачами событийного туризма являются:

- 1) организация значимых, масштабных мероприятий, имеющих историю;
- 2) доработка существующих событий с высоким потенциалом до нужного уровня;
- 3) формирование и разработка новых уникальных событий, существующих на уровне идей.

На данный момент классификаций, связанных с событийным туризмом имеется множество. Характеристика основных из них позволит нам определить группы событий, реализация которых будет возможна на территории Амурской области. События распределяются по признакам, представленные в рисунке 1.<sup>8</sup>



Рисунок 1 – Признаки, позволяющие распределять события

–целевая аудитория - это люди, которые задумываются над различными предложениями туристских предприятий об осуществлении туров. Сегодня на

<sup>8</sup>Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. — 2011. — № 6 Вып. 2 (186). — с. 167-172. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/12978/> - 2.03.2016

российском рынке целевая аудитория очень разнородна: от туристов эконом-класса до vip-клиентов;

– концепция событий - это самый важный компонент, состоящий из нескольких пунктов, которые помогают сделать событие более востребованным.

– организация события - будь то фестиваль, карнавал, какое-то спортивное событие, каждое из этих мероприятий требует определённого подхода к реализации.

Анализируя признаки, по которым распределяются события можно смело утверждать, что событийный требует внимательной организации и четкого разграничения. На сегодняшний день, современные авторы предлагают ряд классификаций, приведённые ниже.

Начнем с классификации Алексеевой О.В., которая подразделяет событийный туризм по критерию их формы, что позволяет проследить очевидную разницу в их целях и программах (таблица 2):<sup>9</sup>

Таблица 2 – Классификация событийного туризма

Культурные торжества	2. Политические и государственные	3. Бизнес и торговля	4. Искусство и развлечения
— фестивали — карнавалы — памятные церемонии — религиозные праздники	— саммиты — политические события — визиты VIP-персон	— встречи — совещания — ярмарки, выставки	— концерты — церемонии
Образовательные и научные	Спортивные соревнования	7. Развлекательные	Частные ивенты
— конференции — семинары — практические занятия	— среди профессионалов и любителей — для зрителей и участников	— спорт и игры для развлечения	— свадьбы — вечеринки — встречи

Итак, некоторые из событий общественные, направленные на сближение людей, такие как спортивные соревнования, культурные торжества, другие из них направлены на экономическое развитие: политические и государственные, а также бизнес и торговля.

<sup>9</sup>Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. — 2011. — № 6 Вып. 2 (186). — с. 167-172. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/12978/> - 2.03.2016

Для реализации каждого из них необходимы ряд условий и возможностей. Следующая классификация заключается в рассмотрении масштаба мероприятия:<sup>10</sup>

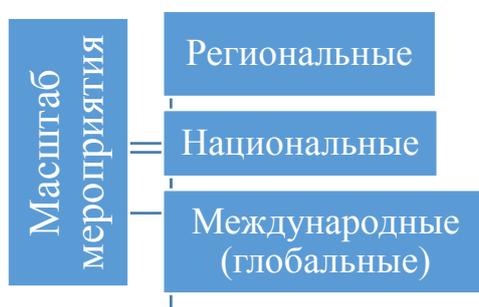


Рисунок 2 – Классификация по масштабу мероприятия

– региональные - это мероприятия, которые имеют значение для конкретного микрорегиона (административного района, города).

– национальные - мероприятия, имеющие значение для всего государства.

– международные (глобальные) - это события, как правило, известные и пользуются популярностью во всем мире, привлекая наибольшее число туристов.<sup>11</sup>

Еще одна из классификаций разделяет мероприятия по функциональной направленности на следующие группы, представленная на рисунке 3. Благодаря разграничению функционала, можно с легкостью определиться в выборе того или иного тура.

<sup>10</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 363 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm) - 2.03.2016

<sup>11</sup> Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

<p><b>Конгрессный</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Конгрессные мероприятия могут принимать разнообразные формы, иметь разные названия, например, в зависимости от масштаба проводимого мероприятия.</li> </ul>
<p><b>Фестивальный</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• К данному виду туризма относятся карнавалы, конкурсы песни, национальные праздники и красоты, фестивали.</li> </ul>
<p><b>Спортивный</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Международные спортивные события (Олимпийские игры, универсиады, чемпионаты мира и континентов) привлекают огромное число людей.</li> </ul>
<p><b>Международный выставочный и ярмарочный</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• С помощью выставок производители товаров и услуг пытаются воздействовать на участников, устанавливать деловые контакты и т.д.</li> </ul>
<p><b>Познавательный</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Познавательный туризм ориентирован преимущественно на ознакомление туристов с культурными ценностями</li> </ul>

Рисунок 3 – Событийные мероприятия по функциональной направленности

Нельзя обойти стороной классификацию Бабкина А. В., она является более подробной, так как разбита на тематические виды с самыми популярными событиями.<sup>12</sup>



Рисунок 4 – Тематические виды событийного туризма

<sup>12</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 363 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm) - 2.03.2016

Как видно из рисунка 4, примерами тематических видов событийного туризма по мнению Бабкина являются следующие:

1 Национальные фестивали и праздники:

- фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания);
- фестиваль культур в Берлине (Германия);
- парад военных татуировок в Эдинбурге (Шотландия);

2 Театрализованные шоу:

- шоу LordoftheDance (Великобритания);
- фестиваль "Цирк будущего", Париж (Франция);
- праздник на льду, шоу Romanza, Вена (Австрия);

3 Фестивали кино и театра:

- Каннский фестиваль, Канны (Франция);
- фестиваль "Вишневый лес", Москва (Россия);
- фестиваль оперного искусства, Верона (Италия);

4 Гастрономические фестивали:

- Октоберфест, Мюнхен (Германия);
- фестиваль морепродуктов, о в Гров (Испания);
- праздник молодого вина БожолеНуво (Франция).

5 Фестивали и выставки цветов:

- выставка цветов в Челси, Лондон (Великобритания);
- фестиваль хризантем (Япония);
- выставка тюльпанов (Нидерланды);

6 Модные показы:

- ReadytoWear, Париж (Франция);
- Men s Fashion, Париж (Франция);
- MilanoModaBouna, Милан (Италия);

7 Аукционы:

- аукционы Сотби;
- аукционыКристи;
- аукционы Дрюо, Париж (Франция);

## 8 Фестивали музыки и музыкальные конкурсы:

- фестиваль Capricies, Кранс Монтана (Швейцария);
- фестиваль ArsMusica, Брюссель (Бельгия);
- музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского, Москва (Россия);
- музыкальный конкурс "Евровидение";

## 9 Спортивные события:

- Олимпиады и международные состязания;
- автогонки Формула 1;
- автогонки NASCAR, США;

## 10 Международные технические салоны:

- авиасалон в Ле Бурже, Париж (Франция);
- авиакосмический салон в Жуковском (Россия);
- авиасалон в Чжухае (КНР);

Представленная классификация даёт возможность в масштабе просмотреть популярные события, выстроенные со спецификой рейтинга, а также различных тематик, что позволяет любому путешественнику найти мероприятия по своим предпочтениям.

Событийный туризм имеет свои особенности, а именно из положительных черт можно назвать: массовость, всесезонность, интерактивность, инновационность, стимулирование к посещению региона, экономическая выгода для местности. Однако он имеет одну отрицательную черту – невозможность прогнозировать стабильность спроса на новое событие.

### **1.2 Опыт развития мирового событийного туризма**

Ивент – туризм в структуре мирового туризма занимает особое место, его доля с каждым годом увеличивается на 1,5%. На сегодняшний день, данный вид туризма помолодел, путешественники до 30 лет составляют более 40% туристских потоков. Это свидетельствует о высоком и динамичном развитии этой отрасли, что благоприятно способствует повышению ресурсного потенциала. Международные, масштабные мероприятия играют важнейшую роль в увели-

чении привлекательности территорий, развития геобрендинга. Геобрендинг, один из инструментов привлечения туристов, а также отличительной особенностью регионов. Однако, далеко не каждый город умело им пользуется. Брендинг территорий является одним из актуальных направлений событийного туризма, позволяющих повышать конкурентоспособность различных местностей.

В мировой практике можно выделить ряд популярных и привлекательных событий, которое сделали имя своему городу, региону.<sup>13</sup> Знаменитым театрализованным шоу является Эдинбургский международный фестиваль искусств, который ежегодно проходит в августе с 1947 года. Он в себе собрал театр, оперу, танцы и музыку, которые проходят в столице Шотландии. Что же касается карнавалов, то определенно у всех в памяти всплывают прославленные Бразильские карнавалы и Итальянские маскарады, которые так пропитаны эстетичностью и экзотикой. Каждое из этих мероприятий показывает дух и уникальный стиль страны. Также одним из популярных праздников можно назвать Венецианский карнавал, проходящий в феврале каждого года. Кинофестивали заслуживают отдельного внимания, так как является главным событием в мире искусства кино, проводятся они в Каннах и Венеции, Берлине, Токио, Москве, Каире (крупнейший кинофестиваль в арабском мире).

Коррида ещё одно карнавальное действие, которое влечет туристов, проходит оно в Испании. В Испании около 400 арен для корриды, которые делятся на 3 категории в зависимости от престижности стадиона. Первая категория - площади в Мадриде (Лас Вентас), Севилье, Барселоне, Валенсии, Бильбао, Сарагосе, Сан-Себастьяне и Кордове. Вторая категория - арены в столицах провинций, а также некоторые другие, получившие эту категорию в силу традиции (например, Аранхуэс). Третья - все остальные. Также она проходит в Португалии и Франции. Ещё одни фестивали, привлекающие внимание туристов — это фестивали вина во Франции и Швейцарии, праздники Германского пива.

---

<sup>13</sup>Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

К модным показам, как одному из направлений событийного туризма относится неделя моды в Милане – одна из главных мировых fashionweeks, которая ежегодно проводится с 1979 года. Люди со всего мира приезжают сюда, чтобы попасть на эксклюзивные показы известных итальянских дизайнеров, посетить выставки и узнать новинки моды будущего сезона. В феврале и сентябре проходят показы женских коллекций, а в январе и июне – мужских.

К экзотическим событиям можно отнести гонки буйволов и скачки слонов (Таиланд), забеги ящериц (США), международный чемпионат по стрижке овец «Золотые ножницы» (Новая Зеландия).

Ещё одно из направлений ивент – туризма это спорт. Кроме международных спортивных состязаний, притягательную силой обладает Королевская регата в Лондоне, проводимая ежегодно по р. Темзе с 1839 г., крупнейшие в Европе гонки на яхтах по Женевскому озеру (Швейцария), турниры Большого Шлема (самые престижные игры в большом теннисе, проводимые в Мельбурне, Уимблдоне, Мюнхене и Париже), чемпионаты мира по футболу и фигурному катанию, Формула-1.

Что же касается конгрессного туризма, то наибольшая концентрация находится в Германии, США и Испании, так как на их долю приходится около 90% рынка конференций. Познавательный туризм же располагается обычно в городах, которые наполнены богатой историей. Наиболее известные культурно-исторические центры сосредоточены в Европе и Азии — Париж, Рим, Венеция, Флоренция, Лондон, Прага, Иерусалим, Пекин.

Одним из популярных направлений познавательного туризма является этнографический туризм — посещение мест традиционного проживания аборигенов. Великолепные условия для этнографического туризма имеются в странах Африки, Америки, Юго-Восточной Азии, Австралии, Океании, в северных и восточных районах России.

Россия может на мировом рынке может похвастаться следующими мероприятиями: *Международный Царскосельский карнавал* ежегодно проводится в июне с 1995 года в Царском селе в следующие за Днем города выходные. «Ки-

*нотавр»* – открытый российский кинофестиваль (ОРКФ), проводится ежегодно в первых числах июня в Сочи с 1989 года. *«Ночь музыки»* – это один из самых ярких и необычных Российских концертов, который проводится на открытом воздухе. Для расположения сцены выбрана водная гладь Белого озера, у величественного Гатчинского дворца.

Проанализировав опыт мирового событийного туризма можно сказать о том, что это двигатель развития, двигатель процесса. Каждая страна старается провести как можно больше мероприятий, чтобы оказаться в лидирующих позициях и не быть копией других, быть уникальным в своей сфере и оказаться чем – то совершенно новым, это в свою очередь провоцирует туристов на посещения событий. Рассмотрев основные мировые события, которые из года в год собирают огромное количество туристов, мы можем применить какие-то положительные моменты и в нашей стране, так как ещё с Древней Руси у нас существует много праздников, на которых народ собирался и праздновал. Русская масленица является своего рода карнавалом, «европейским карнавалом». Создание разнообразных чучел «зимы», русско-народные танцы и костюмы – вот, собственно, и русский «карнавал».

В Российской Федерации направление событийного туризма довольно новые, однако динамично развивающиеся. Это можно просмотреть на рисунке 4.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка // *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2015. № 7(18). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307> - 5.03.2016

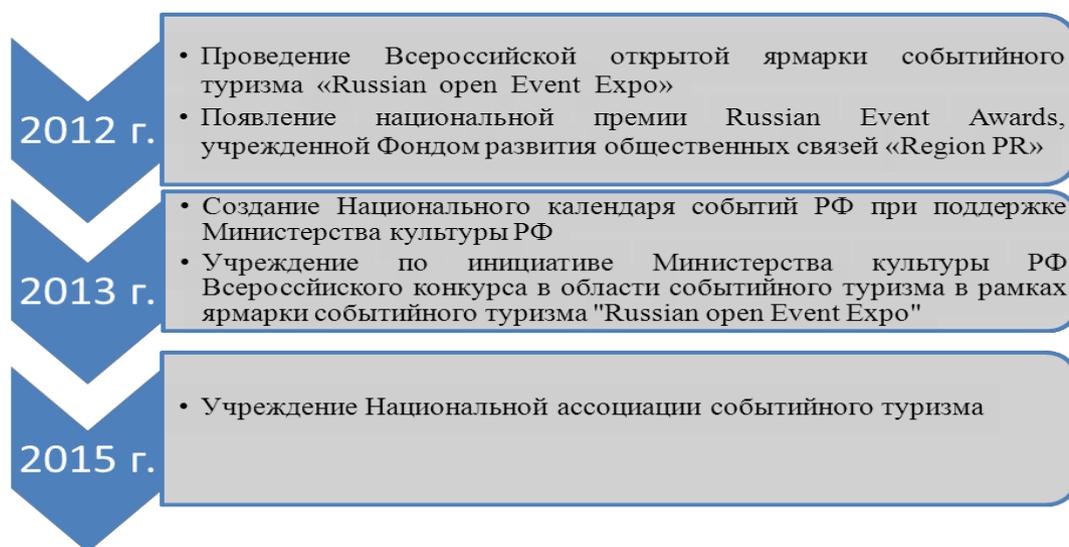


Рисунок 5– Этапы становления событийного туризма в Российской Федерации

В России ряд субъектов уже успешно развивают событийный туризм. Так, например, в Ростовской области его доля составляет 40 % в структуре туристической отрасли.<sup>15</sup> В Самарской области это направление также является ключевым. Здесь событийный туризм развивается в рамках реализации туристическо-рекреационного кластера «Событийная агломерация».<sup>16</sup> Самарская область уже второй год становится признанной столицей событийного туризма, благодаря участию и многочисленным победам в таких профессиональных туристических конкурсах как Национальная премия в области событийного туризма «RussianEventAwards 2015», Всероссийская туристическая премия «Маршрут года 2015», Всероссийский фестиваль-конкурс «Туристический сувенир 2015». Также в данной премии отличился Дальний Восток, а именно Приморский край, получив призовые места в 5 номинациях.<sup>17</sup>

В ряде регионов РФ данное направление определено как приоритетное для развития: Белгородская область, республика Бурятия, Кировская область, Калужская область, республика Татарстан, Челябинская область, Ярославская

<sup>15</sup>Всероссийская конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития событийного туризма // Официальный сайт Федерального агентства по туризму — 03.07.2012. / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1942/> - 5.03.2016

<sup>16</sup> Представители городского округа Тольятти примут участие в пресс-конференции по итогам проведения Федеральных туристических премий 2015 года. [Электронный ресурс]. - 15.03.2016

<sup>17</sup>Итоги Национальной премии в области событийного туризма «RussianEventAwards» 2015 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rea-awards.ru/> - 20.03.2016

область и другие. При полном отсутствии исторически сложившихся событий – их начинают придумывать специально. Примером является города Суздаль, в этот город съезжаются не только российские туристы, но и иностранные, так такие мероприятия, как: Уже стали знаменитыми Гусиные бои и Праздник огурца, проводимые на территории Музея деревянного зодчества. Привлекают туристов и «Встреча Нового Года», «Рождество», «Крещение», и другие событийные мероприятия. В событийном туризме РФ можно выделить несколько тематических видов:<sup>18</sup>

Таблица 3 – Событийный туризм в России

Категория	События
1	2
1. Национальные фестивали и праздники	- праздник лета «Ысыхак» (Якутия); - международный фестиваль «Мода и стиль в фотографии» (Москва); - всероссийский Военно-исторический фестиваль "День Бородина" (Бородино, Московская область); - военно-исторический фестиваль «Поле Куликово» (Тульская область).
2. Театрализованные шоу	- международный фольклорный фестиваль «Мировая деревня» (пос. Рошино, Ленинградская область); - фестивали исторических реконструкций (Екатеринбург, Санкт-Петербург, Выборг и т.д.); - конно-театрализованного шоу (рыцарский турнир) в замке "Львиная голова" (пос. Сукко, Анапа, Краснодарский край).
3. Фестивали кино и театра	- кинофестиваль «Кинотавр» (Сочи, Краснодарский край); - театральный фестиваль «Золотая маска» (Москва); - Московский международный кинофестиваль горных и приключенческих фильмов (Москва); - фестиваль детского кино «Сказка» (Москва).
4. Гастрономические фестивали	- фестиваль "Море пива в Сочи" (Краснодарский край); - международный гастрономический фестиваль «Фуд-шоу» (Москва); - праздник-фестиваль, посвященный помидору (Сызрань, Самарская область).
5. Фестивали и выставки цветов	- международный фестиваль «Цветы Сахалина» (Южно-Сахалинск, Сахалинская область); - всероссийский фестиваль цветов в Анапе (Краснодарский край).

<sup>18</sup> [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/80-sobytijnyj-turizm> - 15.03.2016

1	2
6.Модные показы и фестивали	<ul style="list-style-type: none"> <li>- международный фестиваль моды «Бархатные сезоны» (Сочи, Краснодарский край);</li> <li>- международный фестиваль "Мода. Россия. Стиль" (Санкт-Петербург);</li> <li>- фестиваль моды «Плес на Волге. Льняная палитра» (Плес, Ивановская область).</li> </ul>
7.Аукционы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аукцион недвижимости (Москва);</li> <li>- нумизматический аукцион (Санкт-Петербург);</li> <li>- антикварный аукцион (Москва).</li> </ul>
8.Фестивали музыки и музыкальные конкурсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского (Москва);</li> <li>- международный фестиваль русской классической музыки им. С.В.Рахманинова (Великий Новгород);</li> <li>- международный фестиваль искусств «Русская музыка на Балтике» (Калининград).</li> </ul>
9.Спортивные события	<ul style="list-style-type: none"> <li>- лига чемпионов УЕФА (Москва);</li> <li>- международный теннисный турнир «Кубок Кремля» (Москва);</li> <li>- зимняя олимпиада 2014 г. (Сочи).</li> </ul>
10.Международные технические салоны	<ul style="list-style-type: none"> <li>- авиационно–космический салон «МАКС» (Жуковский, Московская область);</li> <li>- автосалон в Москве;</li> <li>- выставка средств обеспечения безопасности государства «INTERPOLITEX».</li> </ul>

Событийный туризм сегодня показывает очень стремительное динамическое развитие. Большая часть городов нашей стране привлекает туристов своими особенными культурными и спортивными событиями.

В России пользуются популярностью спортивные события, например, хоккейные и футбольные матчи собирают целые стадионы людей. Обеспечивают колоссальный въездной поток такие международные мероприятия как, «Евровидение 2009», международные кинофестивали, этнические, фольклорные, военно– исторические праздники, также интерес проявляется к музыкальным фестивалям.

Таким образом, события – это один из инструментов создания имиджа и бренда того или иного города, области, развитие инфраструктуры, поддержка экономической стабильности региона.

### 1.3 Организация событийного тура

Организация событийного тура отличается от других видов тура, а именно необходимо учитывать ряд факторов, которые благоприятно влияют на качество выполненной работы.

При разработке событийных маршрутов придерживаются следующих технических этапов:<sup>19</sup>

- 1) исследование туристских ресурсов по предполагаемой трассе маршрута;
- 2) выявление ограничений по потреблению туристских ресурсов;
- 3) маркетинг рынка на туристские услуги по данной трассе маршрута;
- 4) построение эскизной модели маршрута;
- 5) построение трассы маршрута;
- 6) составление календарного плана путешествия, графика движения группы;
- 7) привязка маршрута к пунктам жизнеобеспечения;
- 8) разработка схемы безопасности на маршруте;
- 9) разработка паспорта маршрута;
- 10) согласование паспорта с соответствующими службами;
- 11) пробный поход по маршруту;
- 12) внесение изменений в схему маршрута;
- 13) рассмотрение и утверждение маршрута.

Также во время разработки используются различные материалы: справочники, путеводители и др. Разработка маршрута завершается согласованием и утверждением паспорта маршрута. Паспорт маршрута используется при формировании туров.

---

<sup>19</sup>Технология проектирования тура. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/proektirovanie.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/proektirovanie.htm) - 20.03.2016

При организации событийного тура необходимо учитывать использование средств размещения, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков.

Особенностью организации «Карнавалых» туров являются следующие требования туристов:<sup>20</sup>

- месторасположение отеля должно быть рядом с местом проведения мероприятия;
- наличие качественных предприятий питания;
- особый архитектурный старинный стиль гостиницы;
- цветовая гамма и наполняемость номеров;
- количество обслуживающего персонала;
- наличие поблизости магазинов с сувенирной продукцией.

В формировании тура помогает Eventмаркетинг, который включает в себя следующие этапы:



Рисунок 6 – Этапы организации события

Создание качественного маркетингового мероприятия ничем не отличается от элемента рекламной компании и содержит элементы, которые представлены на рисунке 7.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 363 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm) - 2.03.2016

<sup>21</sup> Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm) - 20.03.2016



Рисунок 7 – Элементы организации мероприятия

Информационная поддержка обязательна на всех этапах работы создания мероприятия: планирование, разработка, проведение, а также после мероприятия. Целевая аудитория важнейший элемент, который должен быть проинформирован заранее о намечающемся событии.

В рамках масштабных мероприятий оповещение должно начинаться раньше, чем в рамках региона, который варьируется в пределах от 1 месяца до 2 недель. В современном мире существует бесконечное множество способов оповещения, при выборе которого нужно обращать внимание на формат мероприятия и конечно же аудитории (рис.8).



Рисунок 8 – Использование информационных ресурсов

Однако при выборе информационных методов не стоит забывать о самом событии, о его стиле, характере и уместности его размещения на данном ресурсе. При детальной разработке тура используется следующая схема, представленная на рисунке 9.<sup>22</sup>

Итак, для того чтобы создать специальное событие нужно найти цель, оформить её, подготовить и спланировать проект, при наступлении события обустроить место, смонтировать оборудование, провести мероприятие, по завершению собрать всё оборудование, обработать проанализировать полученные результаты, сравнить предполагаемые результаты с уже получившимися.



Рисунок 9 – Детальная разработка событийного тура

Таким образом, в ходе изучения темы событийного туризма были сделаны следующие выводы:

<sup>22</sup>Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm) - 20.03.2016

- 1) единого определения понятия «событийный туризм» пока не существует, это связано с недостатком исследования данного течения. Однако наиболее ёмким является определение Фроловой Т.В.: «событийный туризм - это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия». Объединением всех трактовок является то, что они рассматриваются либо как вид туристической деятельности, либо как разновидность туризма;
- 2) к основным задачам событийного туризма можно отнести: организацию, доработку и разработку новых мероприятий;
- 3) в современной практике существует ряд классификаций событийного туризма. Классификация Алексеевой О.В. подразделяет событийный туризм по критерию их формы, что позволяет проследить очевидную разницу в их целях и программах. Бабкин А.В. рассматривает данный вид туризма в масштабе, а также по тематическим видам с наиболее популярными событиями. Лакомов Е.Ф. разделяет мероприятия по функциональной направленности;
- 4) событийный туризм имеет свои особенности, а именно из положительных черт можно назвать: массовость, всесезонность, интерактивность, инновационность, стимулирование к посещению региона, экономическая выгода для местности. Однако он имеет одну отрицательную черту – невозможность прогнозировать стабильность спроса на новое событие;
- 5) ивент – туризм в структуре мирового туризма занимает особое место, его доля с каждым годом увеличивается на 1,5%;
- 6) геобрендинг, один из инструментов привлечения туристов, а также отличительной особенностью регионов;
- 7) в России ряд субъектов уже успешно развивают событийный туризм. Так, например, в Ростовской области его доля составляет 40 % в структуре туристической отрасли. Самарская область уже второй год становится признанной столицей событийного туризма. В рамках Национальной премии в области событийного туризма «RussianEventAwards 2015» отличился Дальний Восток, а именно Приморский край, получив призовые места в 5 номинациях;

8) при разработке событийных маршрутов придерживаются ряда технических этапов. Учитываются использование средств размещения, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и к услугам гидов переводчиков;

9) в формировании тура помогает Eventмаркетинг, который включает в себя этапы создания мероприятия.

Нужно заметить, что событийный туризм становится неотъемлемой частью мирового движения. Каждый год он пополняется новыми уникальными турами, которые переходят в разряд регулярных. Раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии развития региона. Посещение ярких, неповторимых событий в культуре, спорте и других отраслей в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма. Следующим этапом в работе стало изучение туризма в Амурской области, состояние событийного туризма, а также предложения туристических фирм города Благовещенск.

## 2 СОСТОЯНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

### 2.1 Туризм в Амурской области: современное состояние, тенденции развития, туристический потенциал

Событийный туризм начинает постепенное развитие в России, однако на сегодняшний день доля его на туристическом рынке составляет 1% об этом свидетельствуют данные Федерального агентства по туризму Российской Федерации <sup>23</sup>(рис. 10)

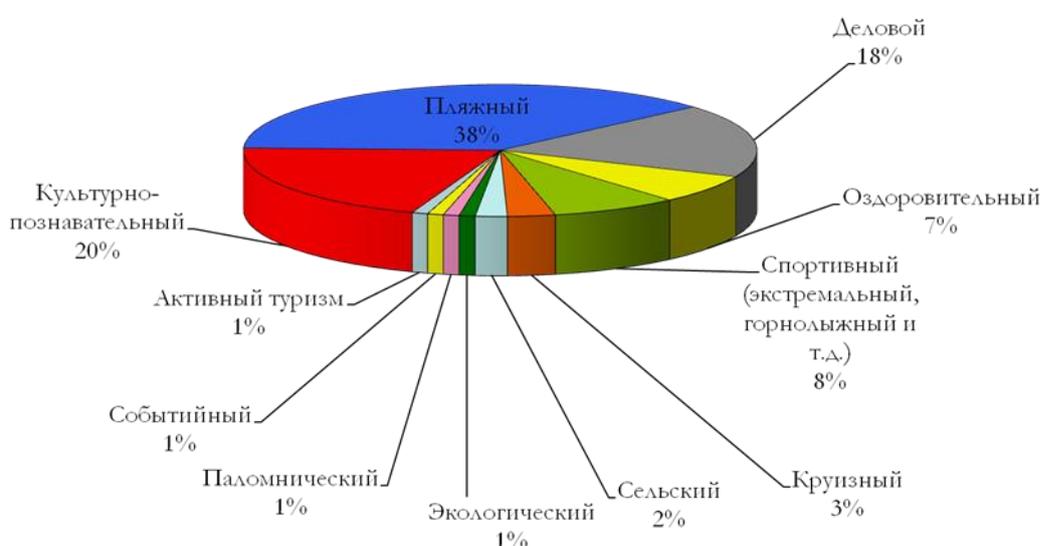


Рисунок 10 – Виды туризма и их доля а российском рынке (внутренний туризм)

Туризм в Амурской области имеет свои особенности развития, которые обусловлены приграничным положением с Китаем, а также своей уникальностью среди субъектов юга Дальнего Востока. Всем знакомы Италия, Бельгия и Нидерланды, однако мало кто знает, что Приамурье по размерам сопоставимо с этими странами. Территория 361,9 тыс.кв.м, население 809.9 тыс.чел. Главная достопримечательность Амурской области - полноводная река Амур. Административный центр - Благовещенск, другие крупные города - Свободный, Тында, Белогорск.

<sup>23</sup>Министерство культуры Российской Федерации. Федеральное агентство по туризм. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/> - 7.04.2016

В условиях растущей глобализации мировая туристическая индустрия представляет приоритетный интерес и большие перспективы для Амурской области. Используя уникальный потенциал природы и культурного наследия Амурского края, необходимо достичь интенсивного развития туризма в области, обеспечив устойчивый рост занятости и доходов населения, увеличения притока иностранных инвестиций в экономику региона.

Для того чтобы определить тенденции развития туризма в Амурской области были изучены статистические данные на основании которых проведен анализ текущей ситуации.

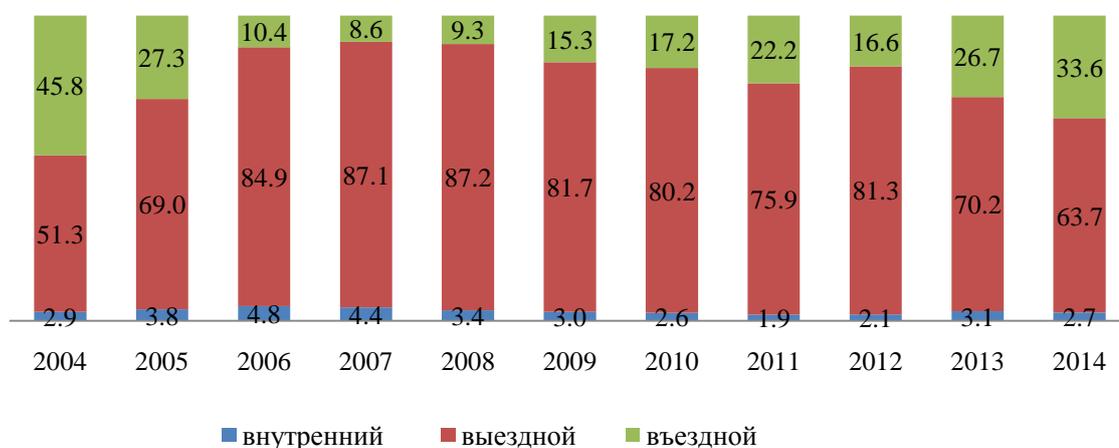


Рисунок 11 – Структура туристских потоков по видам туризма

Из рисунка 11 видно, что преобладает выездной туристский поток. Однако, он заметно сокращается из – за изменения курса рубля, что обусловило спад поездок за рубеж амурских туристов. В тоже время, постепенно увеличивается спрос на внутренний и въездной туризм. Приграничный статус территории Амурской области обусловил географическую структуру турпотока. Прежде всего в том, что наибольший удельный вес в структуре въездного туризма составляют граждане КНР. Благодаря действующему Соглашению между правительствами Российской Федерации и Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках, турпоездки из КНР остаются доминирующими в международном туристском потоке области.

Одна из особенностей развития туризма – неравномерное распределение туристских потоков в разных регионах и странах мира. На сегодняшний день,

граждане КНР являются основным поставщиком мирового туризма. Доля страны в глобальных тратах на туризм достигает 13%. На рисунке 12 показана динамика международных прибытий туристов из Китая.

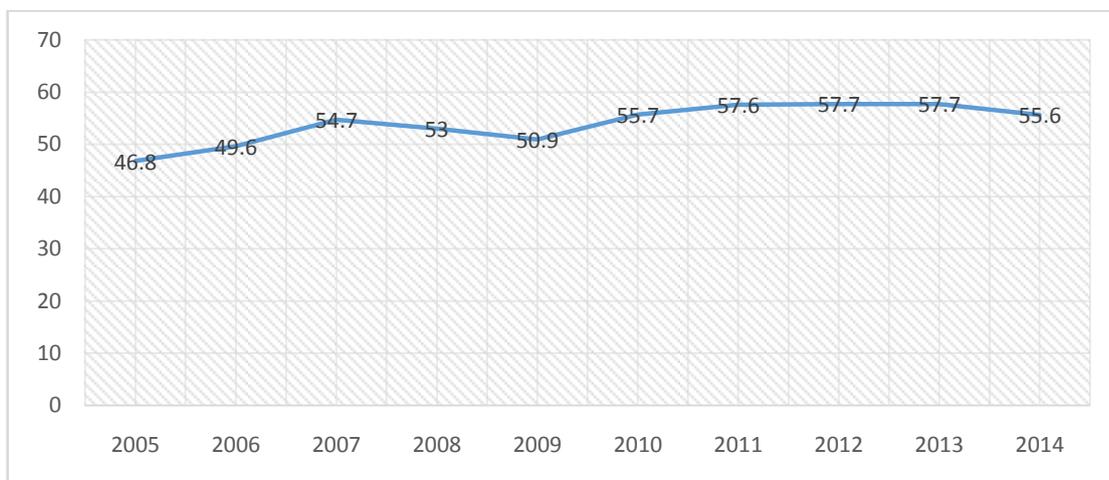


Рисунок 12 – Динамика международных прибытий туристов из КНР с 2005 по 2014 г. (млн. прибытий)

Динамика международных прибытий туристов из КНР показывает стабильный рост, в 2005 году количество поездок составило 46,8 млн. прибытий. Максимальное количество приездов зафиксировано в 2013 году, благодаря скачку курса валют, который позволил иностранцам из Поднебесной совершить как можно больше поездок.

В таблице 4 показаны доходы, полученные от путешествий, расходы китайцев на туризм, ежегодные темпы роста КНР, а также соотношение доходов и расходов в мировых путешествиях.<sup>24</sup>

Следует отметить, что в 2014 году доходы Китая от туризма заметно увеличились, с 16,2 до 56,9 млрд. долларов, при этом турпоток в 2014 немного уменьшился. Более того, траты китайских туристов с 2005-2014 гг. увеличились почти в 8 раз, можно заметить, что расходы от туризма растут быстрыми темпами, несмотря на нестабильную экономическую остановку на рынке.

<sup>24</sup>WorldTourismOrganizationUNWTO. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://www2.unwto.org/en> - 7.04.2016

Таблица 4 – Динамика международных доходов и расходов туристов из КНР с 2005г. по 2014 г.

Год	Доходы от международного туризма (млрд. долларов)	Темпы роста доходов (%)	Расходы туристов из КНР(млрд.долларов)	Темпы роста туристов из КНР(%)	Соотношение между доходами и расходами от международного туризма (млрд.долларов)
1	2	3	4	5	6
2005	29,3	14,0	21,8	14,13	7,5
2006	33,9	15,7	24,3	11,47	9,6
2007	37,2	9,73	29,8	22,63	7,4
2008	40,8	9,68	36,2	21,47	4,6
2009	39,7	-2,69	43,7	20,72	-4,0
2010	45,8	15,36	54,9	25,63	-9,1
2011	48,5	5,89	72,6	32,24	-24,1
2012	50,0	3,09	102,0	40,5	-52
2013	51,7	3,4	128,6	26,08	-76,9
2014	56,9	10,06	164,9	28,23	-108,0

За последние 10 лет с 2005 по 2014 год рост потока китайских туристов увеличился почти в 2 раза.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Государственная статистика. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <https://www.fedstat.ru/> - 7.04.2016

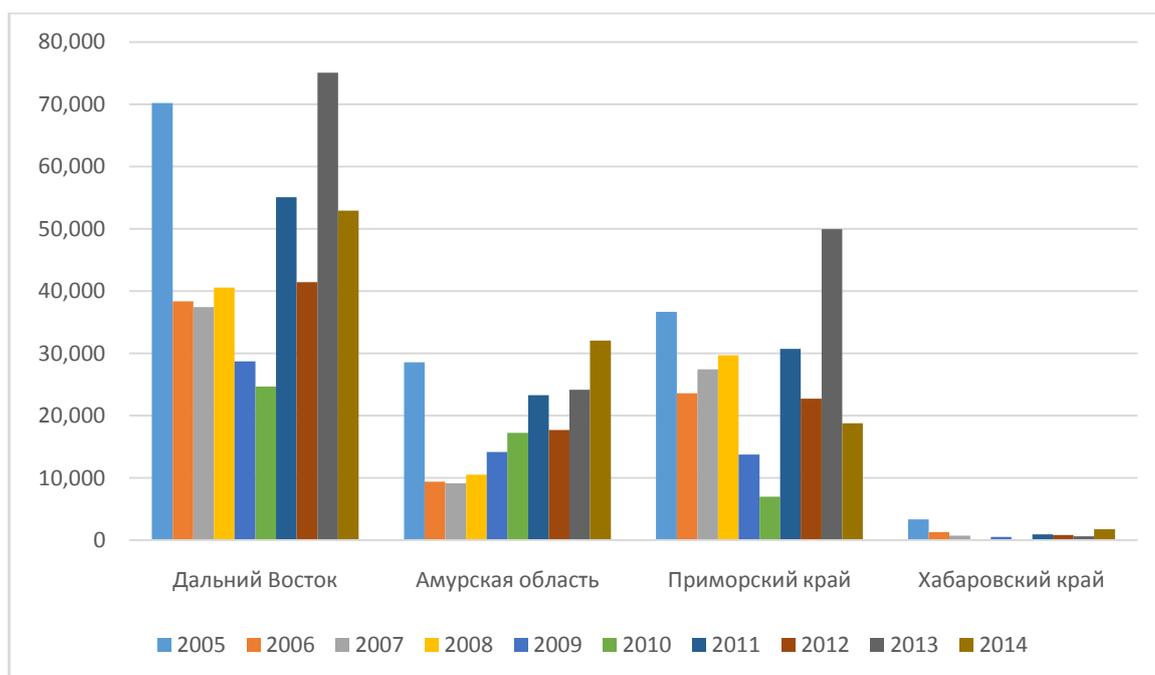


Рисунок 13 – Число принятых иностранных туристов КНР на Дальний Восток и регионам

Из рисунка 13 видно, что в Амурскую область китайские туристы пребывают постепенно, показывая стабильный рост турпоездов. Такое состояние на туристическом рынке связано с изменением обменного курса валют. Скачок в прибытии приходится на 2014 год, в котором 32030 человек приехало в Амурский регион. Среди регионов Дальнего Востока Амурская область занимает лидирующие показатели в принятии туристов из Поднебесной. В совокупности в 2014 году на Дальний Восток прибыло 106459 китайцев. Путешественникам из Китая стало выгодно посещать и покупать услуги и товары в нашем регионе в связи со сложившейся экономической обстановкой. По данным Росстата, за 9 месяцев прошлого года число поездок из Китая в Россию составило 1 млн 117 тыс., что на 21% больше показателей аналогичного периода 2014 года.<sup>26</sup>

Можно предположить, что увеличение въездного потока благоприятно скажется на экономике нашего региона, учитывая, что Китай является лидером по расходам на международный туризм.

<sup>26</sup>Ростуризм, МИД России и Посольство КНР обсудили подготовку к приему китайских туристов в "высокий" сезон.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://www.russiatourism.ru/news/10419/> - 27.04.2016

Таблица 5 – Изменения курса Китайский юань - рубль (ЦБ РФ)(номинал 10)

Год	Максимальное значение	Минимальное значение
2007	34,2318	32,7944
2008	42,9676	33,1907
2009	53,2741	41,9970
2010	47,2163	42,3854
2011	54,2626	41,9772
2012	53,4657	45,8527
2013	54,6886	48,0339
2014	109,3840	53,9608
2015	112,2980	79,2307
2016	127,0500 (с 28.04.2015)	79,2307(с 28.04.2015)

Снижение курса рубля по отношению к другим валютам в РФ в конце 2014 года привело к тому, что цены для китайских граждан на российскую продукцию стали наиболее привлекательными.

На рисунке 14 наглядно видно скачок китайской валюты, по отношению к рублю. Максимальное значение было зафиксировано в 2013 году на уровне 10,9 рублей за 1 юань. Показатель за 2016 год имеет цифру 12,7 рублей за 1 юань на апрель этого года.

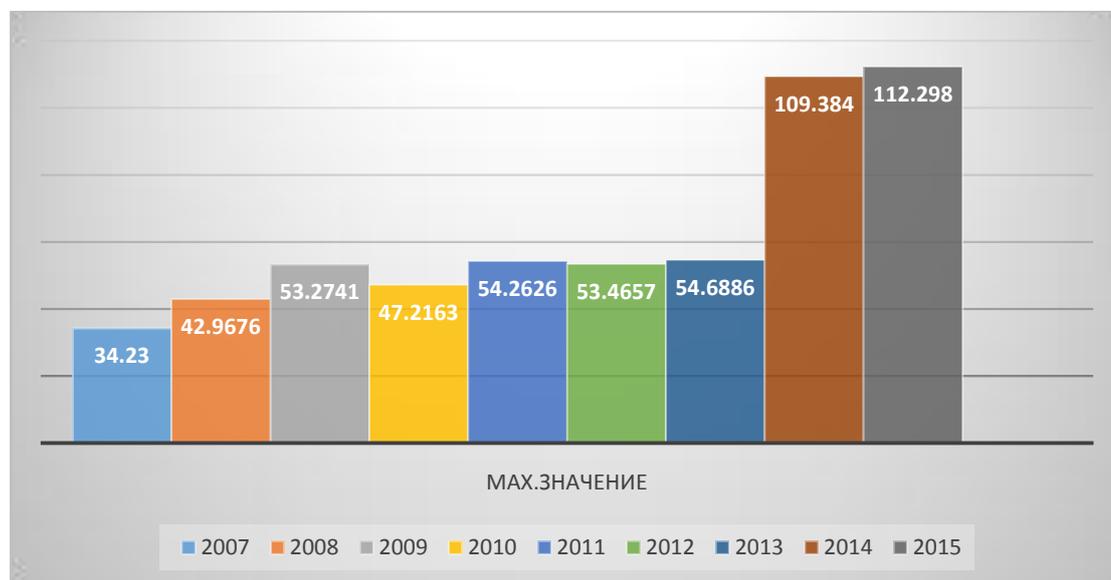


Рисунок 14 – Изменения курса Китайский юань - рубль (ЦБ РФ) (номинал 10)

Китайский юань непосредственно зависит от доллара, примерно 1\$ = ~6,24 юаня. Кроме того, китайская валюта не конвертируется свободно, не имеет рыночной оценки и свободного обмена на другую валюту.

Въездной туризм требует совершенствования туристической индустрии, однако он является тем направлением в туризме, которое создает приток иностранной валюты и является источником дохода. Более того, данный вид туризма прекрасно показывает огромный туристический потенциал региона. Для того чтобы привлечь как можно больше туристов необходимо создавать новые продукты, связанные с получением незабываемых впечатлений, что в свою очередь так ярко учитывает событийный туризм.

Разработка турпродуктов в сфере въездного туризма в целом основывается на общей методике разработки туристских продуктов, однако, имеет некоторые нюансы, которые связаны с национальными особенностями туристов. Каждая страна своеобразна, однако поведенческие особенности китайцев имеют свои черты в процессе потребления туристского продукта, такие как:

– Сезонность, связанная с праздниками. Разделение по сезонам не такое как обычно, по времени года, как принято большинство туристов путешествуют в летний период. В Китайской Народной Республике туристы чаще всего путешествуют во время государственных праздников, из – за чего процесс потребления турпродукта становится неравномерным. Поэтому следует обратить внимание на праздники в Китае и увеличить количество турпродукта, что в свою очередь может способствовать увеличению туристического потока;

–Кратковременность отпуска. Продолжительность отпуска зависит от многих составных частей: отрасль, трудовой стаж, возраст, условия труда и т.д. Однако в основе отпуска в Китае стоят 11 дней отдыха;

–Экономия на основных компонентах турпродукта.Китайцы могут сэкономить на средствах размещения, экскурсиях, транспорте, однако при этом никак не сокращают свою покупательскую страсть.

Исследования Euromonitor показывают, что с 2007 года в Китае увеличилось число людей, относящихся к среднему классу на 80 миллионов человек. К

2020 году эта цифра должна достигнуть 700 миллионов.<sup>27</sup> Именно поэтому стоит обратить внимание на шоп-туры или элементы шоп-тура в туристическом продукте.

Значимость развития туризма для Амурской области определяется богатейшим историко-культурным наследием, благоприятными природными условиями и ресурсами, географической близостью к КНР. Наличие в Амурской области разнообразных туристских ресурсов создаёт условия для многих видов туризма: культурно-познавательного, лечебно-рекреационного, делового и событийного, экологического и приключенческого, сельского, охоты и рыбалки.

## **2.2 События как факторы, определяющие развитие событийного туризма в Амурской области**

Рассматривая Амурскую область как зону развития туризма, необходимо отметить, что здесь уже имеют место самые различные виды именно событийного туризма: спортивные мероприятия и соревнования, фестивали, концерты, праздники. Однако по масштабности они на сегодняшний день уступают другим регионам.

Каждая страна своеобразна и Китай не исключение, особенностью китайских туристов является сезонность связанная с праздниками и кратковременность отпуска. Следует отметить, что китайцы живут по лунному календарю, что влияет на различность во времени отдыха. Поэтому были проанализированы события в Амурской области с учётом выходных в Китае.<sup>28</sup> (Приложение Д)

Каждый год в декабре Государственный совет публикует уведомление о выходных днях. 10 декабря 2015 г. Канцелярия Государственного совета КНР опубликовала уведомление о праздничных нерабочих днях и переносе рабочих

---

<sup>27</sup>Сергиенко А. Б. Особенности потребительского поведения китайских туристов // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 538-541.

<sup>28</sup>ГБУ Амурской области «Агентство по туризму Амурской области». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.amurvisit.ru/> - 12.04.2016

дней в 2016 г. (Уведомление № 18-2015). В соответствии с опубликованным уведомлением выходными днями в 2016 г. будут: <sup>29</sup>

2016年 部分节假日安排						
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 20%;"> <p>■ 上班 ● 放假</p> </div> </div>						
一月 元旦		二月 春节		四月 清明节		
日	一	二	三	四	五	六
					①	②
③	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						
五月 劳动节		六月 端午节		九月 中秋节		十月 国庆节
日	一	二	三	四	五	六
						③
①	②	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				
				1	2	3
5	6	7	8	⑨	⑩	⑪
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		
					1	2
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	⑮	⑯	⑰
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	
②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Рисунок 15 – Выходные дни в Китае в 2016 году

В настоящее время в КНР семь общенациональных праздников: Новый год, Китайский новый год, Цинмин (День поминовения усопших), День труда, Дуаньбуцзе (Праздник начала лета), Праздник середины осени и Национальный праздник. Данные праздники являются нерабочими днями для всех граждан.

Были рассмотрены праздники по сезонам. Итак зимой китайцы отдыхают на Новый год в январе 3 дня, в феврале на Праздник весны (китайский новый год) 7 дней. Также в это время отдыхают студенты, каникулы у них составляют 45 дней.

Весной выходные приходятся на День поминовения усопших (Цинмин), при этом в своём распоряжении граждане КНР имеют 3 дня. День труда: выходные дни – с 30 апреля (суббота) по 2 мая (понедельник), в общей сложности 3 дня выходных.

Летом у китайских туристов есть возможность для путешествий в такие дни как: Праздник начала лета (Дуаньбуцзе): выходные дни – с 9 июня (четверг)

<sup>29</sup>Выходные в Китае. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/10/content\\_10394.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/10/content_10394.htm) - 7.04.2016

по 11 июня (суббота). Для совершения поездок у китайцев имеется 3 дня выходных.

Осенью жители Поднебесной имеют в своём распоряжении следующие выходные: Праздник середины осени: выходные дни – с 15 сентября (четверг) по 17 сентября (суббота), в сумме 3 дня выходных. Национальный праздник: выходные дни – с 1 октября (суббота) по 7 октября (пятница). По протяженности выходных один из длинных праздников включает 7 дней выходных.

Китайские студенты в свою очередь отдыхают 90 дней в году, а именно 45 дней зимой (январь, февраль) и 45 дней летом (июнь, июль). Данная информация может помочь менеджеру по туризму правильно подготавливать и формировать туры, с учётом сезонности отдыха китайцев.

В настоящий момент в Амурской области проводятся мероприятия, однако далеко не все из них могут наблюдать и посещать жители Поднебесной. Изучив выходные в Китае, а также современное состояние событий в Амурской области были сформированы таблицы, благодаря которым можно ориентироваться при создании турпродуктов, ориентированных на китайских туристов. Так например, в таблице 6 представлены зимние события.

Таблица 6 – Зимние события в Амурской области и выходные в Китае

Месяц	Январь	Февраль
Выходные в Китае	Новый год 1.01-3.01	Праздник весны 7.02-13.02
	Студенты отдыхают 45 дн.	
События и мероприятия в Амурской области	1. Рождественские колядки. Площадь им. В. И. Ленина 6-7.01 2. День заповедников и национальных парков 11.01 3. Крещенские купания. Река Зея в районе Амурской 1. 19.01	1. «Лыжня России» (Всероссийская массовая лыжная гонка). 2-ое Владимирское озеро 14.02

Анализируя полученные данные получается так, что все граждане Китая не смогут участвовать в мероприятиях, проводимые в Амурской области в зимний период, так как это не соответствует их выходным. Однако студенты могут

позволить себе сразу несколько событий, которые демонстрируют разноплановость российской культуры. В таблице 7 можно увидеть события, проходящие весной.

Таблица 7 – Весенние события в Амурской и выходные в Китае

Месяц	Апрель	Май
Выходные в Китае	Цинмин 2.04-4.04	День труда 30.04-2.05
События и мероприятия в Амурской области	Нет событий по соответствующим датам	1. Ярмарка туристических маршрутов «Вездеход».с. Черемхово, АРОМО АОиС «ЭЗОП» 1.05-3.05 2. Открытие летнего сезона «Амур-трофи». г. Благовещенск в районе пляжа левого берега реки Зея 1.05

Весной китайским туристам удастся посетить 2 мероприятия, которые проходят в мае. В апреле, на данный момент, к сожалению, нет событий по соответствующим датам отдыха. Что отрицательно сказывается на развитие событийного туризма в Амурской области. Ниже в таблице 8, представлены сопоставленные события в летний период.

Таблица 8 – Летние события в Амурской области и выходные в Китае

Месяц	Июнь	Июль	Август
Выходные в Китае	Дуаньцзе 9.06-11.06	Студенты отдыхают 45 дн.	
События и мероприятия в Амурской области	Нет событий по соответствующим датам	1. Международный заплыв «Дружба» 1.07 2. Областной фестиваль гитарной песни «Встречи на Ульме» 3. Велоночь 03.07 4. Праздничные мероприятия, посвященные 90-летию образования Ивановского района	1. Фестиваль «Российско-китайская ярмарка культуры и искусства» г. Благовещенск, г. Хэйхэ 2. «Кросс нации» (Все-российский день бега)

Летом, а именно в июле и в августе возможность окунуться в мероприятия Амурской области будет только у студентов, которые отдыхают 45 дней. В то время как основное население Китая остаётся пока без событий в данный период своего отдыха. Отсутствие празднеств на данный момент позволяет созда-

вать новые, учитывая специфику потребления турпродукта китайскими гражданами.

В таблице 9 можно увидеть соотнесенные даты выходных в Китае и событий в Амурской области.

Таблица 9 – Осенние события в Амурской области и выходные в Китае

Месяц	Сентябрь	Октябрь
Выходные в Китае	Праздник середины осени 15.09-18.09	Национальный праздник 1.08-7.08
События и мероприятия в Амурской области	1. Фестиваль Тыквы. с. Сергеевка 18.09	Нет событий по соответствующим датам

Осень в Амурской области преподнесет гостям из Поднебесной одно мероприятие, проходящие в сентябре. В октябре, китайцы отдыхая 7 дней в Амурской области не смогут окунуться в прелести местных гуляний.

В таблице 10 показаны даты национальных праздников в КНР в сопоставлении с событиями в нашем регионе. Цвета отображают следующее:

**Зеленый** – совпадение выходных (каникул) китайцев с нашими праздниками;

**Желтый** – китайцы могут приехать, но у нас нет событий;

**Красный** – отсутствие выходных в Китае в данный период времени.

В ходе анализа мероприятий в Амурской области (Приложение Д) были получены следующие результаты: к сожалению в Амурской области на сегодняшний день не так много мероприятий, на которые могут отправиться китайские туристы, кроме того далеко не все мероприятия совпадают с их выходными. Это свидетельствует о том, что следует взять на рассмотрение событийный туризм и его место в Амурской области относительно китайских туристов, которые готовы приезжать за новыми впечатлениями и пополнять бюджет Амурской области за счёт посещения мероприятий.

Таблица 10 – Соответствие Амурских мероприятий и выходных у китайцев

Месяц	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Выходные в Китае	1-3	7-13		2-4	30-2	9-11	45 дней отдыхают студенты		15-17 18	1-2, 3-7		
	45 дней студенты											
Даты Амурских мероприятий	6-7 11 19	14 21		12	27-29 29	4 4	3 8	Не норм.	18 25 27	2		

На сегодняшний день иностранные гости могут отправиться за впечатлениями на 13 событий. В Амурской области и в частности в городе Благовещенске существует немало интересных и запоминающихся событий, о которых мало что знают, а может и совсем не знают, иностранные туристы. Какие именно предлагают событийные туры в Амурском регионе было изучено в следующем пункте.

### 2.3 Исследование предложений туристических фирм Амурской области по событийным турам

Для того чтобы проанализировать текущую ситуацию событийного туризма в Амурской области были изучены предоставляемые на данный момент событийные туры турфирмами города Благовещенск. Первым элементом стало рассмотрение сайтов, количество которых составило 57. Полученные результаты представлены на рисунке 16.



Рисунок 16 – Информация о событийных турах на сайтах турфирм<sup>30</sup>

Проанализировав сайты турфирм было выявлено, что в 36 из 57 фирм отсутствует какая – либо информация о событийных турах это 62% из общего числа. По России 10% от общего числа, что в количественном показателе составило 6 турфирм, информация о зарубежных направлениях сформировала показатель в 7%, по Амурской области 5%, т.е. 3 турфирмы. Кроме того, 9 компаний из 57 не имеют своих сайтов, это 16%. Из событийных туров на сайтах были представлены: эксклюзив, свадебные туры, круизы, vip-туры, гастрономические и винные, спортивные, карнавалы. Так например, на сайте «Спутник» по России было предложено 146 туров и 35 отелей. «КвинТревел» предлагает 169 туров и 36 отелей. Ряд сайтов включал графы о мировых выставках, фестивалях в России и за рубежом.

Следующим этапом в исследовании стал телефонный опрос, в ходе которого были получены результаты, которые представлены на рисунке 17.

<sup>30</sup> На основе исследований автора

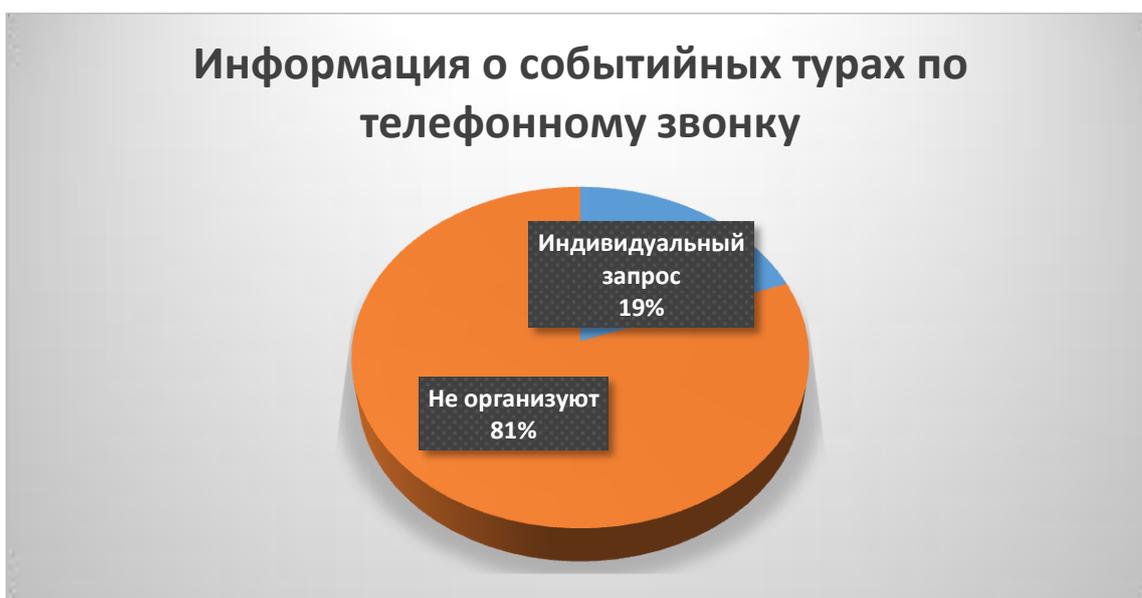


Рисунок 17 – Структура ответа респондентов на вопрос: «Организуете ли Вы событийные туры?»<sup>31</sup>

В телефонном опросе в роли интервьюера выступала непосредственно самостоятельно, респондентами стали менеджеры турфирм. Был задан вопрос: «Организуете ли Вы событийные туры?». Далее в случае положительного ответа вопрос конкретизировался и уточнялся: «Организуете ли Вы событийные туры в Амурской области?». Обзвонив турфирмы города Благовещенска, были получены следующие данные: 11 турфирм готовы организовать индивидуальные туры, предварительно нужно отправить запрос, групповых событийных туров не организуют, т.е. в процентном соотношении 19% работают индивидуально с клиентом.

Следует отметить, что 81% турфирм Благовещенска не организуют событийных туров, это 46 компаний. Отвечая на вопрос, менеджеры по разному говорили о том, что не организуют туры. Например, пока нет, к сожалению нет или же после недоуменного молчания говорили нет. Кто –то спрашивал, что вы конкретно имеете ввиду, видимо из-за того, что спрос нечастый, поэтому и вызывает сложность в ответе. Некоторые турфирмы не организуют событийные туры по Амурской области, однако готовы отправить в путешествие по России или за рубеж.

<sup>31</sup> На основе исследований автора

Также был изучен вопрос о предоставлении событийных туров гражданам КНР, 11 турфирм готовы организовать туры, с участием переводчика с почасовой оплатой.

Кроме того, некоторые менеджеры предлагали экскурсионные туры на Космодром «Восточный», Бурейская ГЭС (требуется разрешение, делается около 1 месяца), отправиться смотреть на лотосы в Архару или Ивановку, посетить Муравьёвский парк, организовать мастер – классы. В одной из туристической фирм было предложено организовать тур на «Автомототестиваль», который должен проходить летом.

Изучив информацию сайтов турфирм, а также проведя социологический опрос по телефону о событийном туризме, можно сделать вывод о том, что амурские компании только начинают включать в свою работу совершенно новое и молодое направление. Также многое зависит от мероприятий, которые проводятся в регионе и которые обладают яркой аттрактивностью. Амурская область пока не может похвастаться огромным выбором событий и мероприятий. Кроме того, Амурская область имеет выгодное географическое и геополитическое положение: граница с КНР, близость к странам АТР, что даёт возможность ориентировать внутренний туризм Амурской области на туриста из Китая. Именно поэтому для выявления предпочтений туристов из Поднебесной в следующем параграфе было проведено социологическое исследование спроса на событийные туры в Амурской области.

Амурская область занимает выгодное географическое положение, что позволяет в наибольшей степени привлекать китайских туристов. На сегодняшний день именно наш край лидирует в приёмы жителей из Китая. В туристической индустрии именно граждане данной страны являются основными путешественниками. За последние десятилетие путешественники Поднебесной совершили рекордное количество поездок, а также потратили значительную сумму на туризм.

Для китайского туриста недостаточно стандартного пакета услуг, так как специфика страны даёт о себе знать. Поэтому при формировании турпродукта

менеджерам необходимо учитывать особенности поведения китайцев. Короткая продолжительность отпуска, экономия на элементах турпродукта, желание быть понятым – говорить на своём языке, и конечно сезонность путешествий, связанная с национальными праздниками. Если учитывать все эти факты, то туроператоры смогут привлекать ещё больше туристов из КНР.

Также был проведен анализ событий в сопоставлении с выходными у граждан Китая, который позволил понять, что на данный момент в Амурской области недостаточное количество мероприятий для иностранных туристов, о многих событиях они просто не знают. Для того чтобы узнать об интересе в наших событиях было проведено анкетирование, представленное в 3 главе.

## РАЗРАБОТКА И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРА ДЛЯ КИТАЙСКИХ ТУРИСТОВ

### 3.1 Исследование спроса на событийные туры Амурской области

В ходе работы по теме бакалаврской работы было проведено исследование спроса у граждан КНР на событийные туры путём анкетирования, которая представлена в Приложении. Опрос проводился в течение 10 дней на интернет – сайтах форума baidu.com, а также qqer.com.

Всего было опрошено 100 человек, из них 62 мужчины и 38 женщин.

В ходе опроса основную выборку составили респонденты в возрасте 18-45 лет, преобладающими стали мужчины в возрасте от 36-45. Данный возраст является показателем экономически активного населения. Студенты также активно приняли участие в опросе.

Таблица 11 – Возраст респондентов

Возраст \ Пол	Мужчины	Женщины
18-25	19	15
26-35	13	15
36-45	24	10
Старше 55	3	1

Кроме того, демографический дисбаланс между мужчинами и женщинами обусловлен законом одного ребёнка в семье. Исторически сложилось, что предпочтение отдавали сыновьям, однако в 2015 году Коммунистическая партия Китая разрешила иметь второго ребёнка для того чтобы восстановить гендерный баланс.

Следующим элементом в сборе информации стало выявление социального статуса, результаты получились таковыми (рис.18).



Рисунок 18 – Социальный статус респондентов<sup>32</sup>

Большую часть опрошенных составили студенты, работающие и домохозяйки. Основную долю заняли работающие в количестве 45 человек и в процентном отношении 45%. Студентов приняло в опросе чуть меньше 34 человека, однако они также составили основу для дальнейшей работы. Итак, в опрашивании приняли основные слои населения, для которых можно будет формировать продукт, так как они являются платёжеспособным населением.

Для того чтобы понять насколько китайским туристам интересен туризм, был задан вопрос о том, как часто они совершают путешествия. Полученные результаты можно увидеть на рисунке 19. В ходе анализа был сделан вывод о том, что в Китае чаще всего путешествуют 2 – 3 раза в год, это можно связать с сезонностью отпусков и праздников, в зарубежном направлении в связи с подъёмом юаня. На втором месте по популярности стал путешествие 1 раз в год и на третьем месте путешествия 4 раза и более.

<sup>32</sup> На основе исследований автора

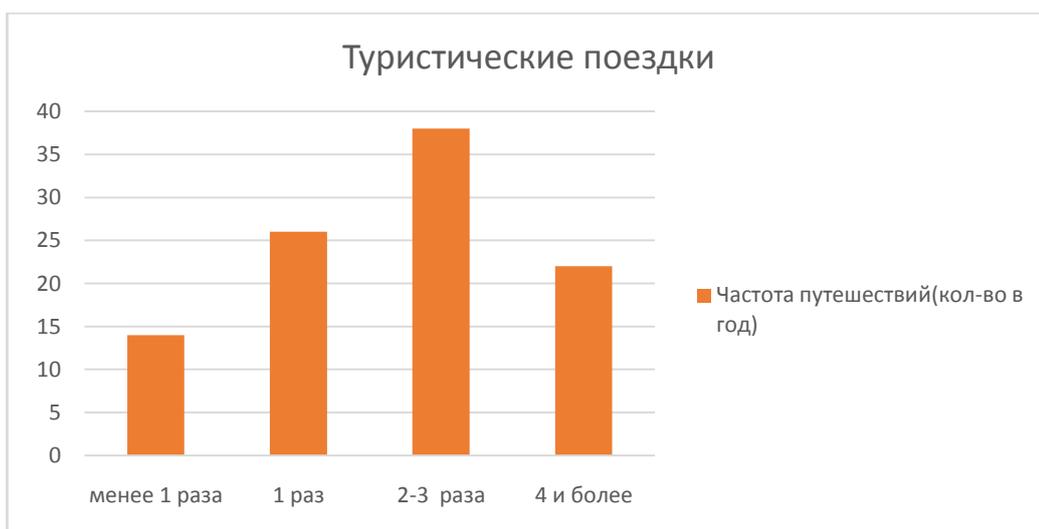


Рисунок 19 –Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы совершаете туристические поездки?»<sup>33</sup>

Следующий вопрос был касательно предпочтений в путешествии относительно компании. Данные полученные в ходе исследования, приведены на рисунке 20.



Рисунок 20 –Распределение ответов респондентов на вопрос: «С кем Вы предпочитаете путешествовать?»<sup>34</sup>

В приоритете у китайских туристов путешествия в кругу семьи или друзей, с семьёй отправляются в путь 33%. Также следует отметить, что 28% считает, что лучше это делать с друзьями, остальные предпочитают совершать поездки в одиночку или в составе группы.

<sup>33</sup> На основе исследований автора

<sup>34</sup> На основе исследований автора

Исходя из этого можно сделать вывод, что важным движущим фактором туристического потока Китая является семья. Данная ситуация может быть следствием политики одного ребенка, когда всё внимание, в том числе и финансовое направлено на единственное чадо. Полученная информация позволяет менеджерам по туризму сделать акцент на организацию семейного отдыха, который позволит повысить въездной туристический поток России.

На вопрос о посещении Амурской области почти 80% населения Китая были в Амурской Области, и лишь 20% её не посетили (рис.21). Можно предположить, что некоторые из китайских туристов не были в Амурской области, из –за того, что не владеют достаточной информацией об её аттрактивности.



Рисунок 21 –Структура ответов респондентов на вопрос: «Посещали Амурскую область?»<sup>35</sup>

О представлении событийного туризма в умах китайских туристов помог разобраться вопрос: «Знаете ли Вы что такое событийный туризм?». Рисунок 22 позволяет понять, что большая часть населения КНР имеет представления о событийном туризме. 73% такой показатель составила узнаваемость данного направления в туризме.

<sup>35</sup> На основе исследований автора



Рисунок 22 –Распределение ответов на вопрос: «Знаете ли вы что такое событийный туризм?»<sup>36</sup>

В ходе анкетирования в одном из вопросов были представлены различные события в Амурской области, а также отношение к этим мероприятиям, а именно хотел бы китайский турист посетить какое – либо из действий (рис.23).



Рисунок 23 –Праздники, которые хотели бы посетить китайские туристы<sup>37</sup>

Представители Поднебесной, в большинстве своём, хотят побывать на абсолютно разных мероприятиях. Как видно из графика, представленного на рисунке, большой интерес у них вызвали крещенские купания, процентное соотношение которого составило 37 %, рождественские колядки в свою очередь захотели посетить 17% и Фестиваль Тыквы своим вниманием оценило 21%.

<sup>36</sup> На основе исследований автора

<sup>37</sup> На основе исследований автора

Продолжительность поездки стала следующим вопросом, который был использован в анкете. Результатами стали данные, представленные на рисунке 24.

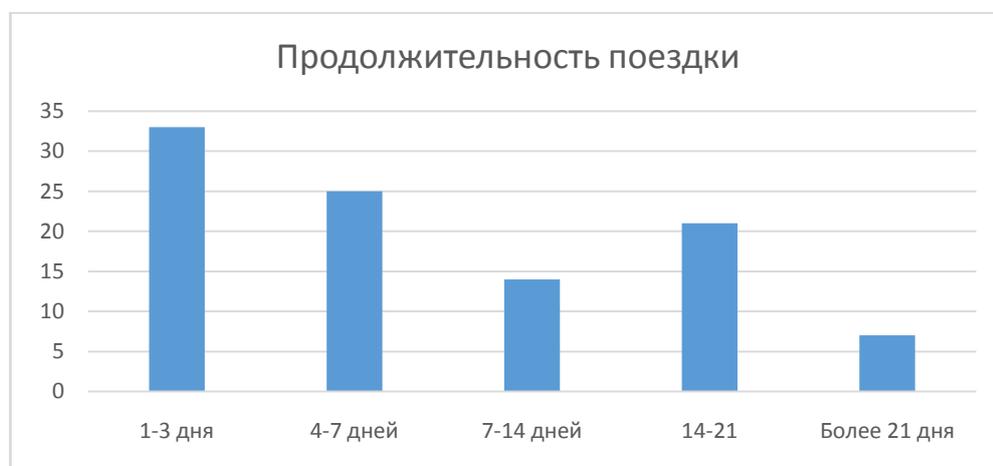


Рисунок 24 –Оптимальная продолжительность поездки по мнению граждан из КНР<sup>38</sup>

Оптимальное количество дней на сегодняшний день для китайских туристов является продолжительность путешествия в 1-3 дня, около 25 человек готовы путешествовать по Амурской области от 4 до 7 дней. Такие неравномерные данные можно сопоставить с тем, что выходных у жителей КНР не так много, поэтому они хотят получить максимум впечатлений в минимальное количество дней.

По финансовой готовности на событийный тур 18 % готовы потратить менее 2 тысяч юаней, 56 % от 2 тысяч юаней до 4 тысяч юаней, 26 % от 4 тысяч юаней и больше.

<sup>38</sup> На основе исследований автора



Рисунок 25 – Сумма, которую китайцы готовы потратить во время путешествия по Амурской области<sup>39</sup>

Проанализировав данные можно судить о том, что спрос на туризм растёт. Граждане КНР довольно часто совершают туристические поездки. Из-за нестабильной экономической обстановки увеличился въездной поток в Амурскую область, так 80% опрошенных жителей Китая бывали в нашем регионе. Чаще всего они путешествуют с семьёй или друзьями, что даёт возможность туроператором создавать семейные туры и продвигать их среди граждан КНР. Более того, туристы из Поднебесной заинтересованы в наших мероприятиях и готовы их посещать, когда им позволяют их выходные праздничные дни. Большая часть населения Китая знает о событийном туризме и считает, что оптимальная продолжительность поездки от 1 до 3 дней. Изучив предпочтения и желания китайских туристов был разработан событийный тур.

### **3.2 Разработка нового событийного тура для китайских туристов**

Лето – это пора множества танцевальных, музыкальных и театральных фестивалей, а осень – самое время для искусства и культуры, а также для парадов урожая.

В ходе маркетингового исследования наибольший интерес был проявлен к трём событиям, одним из которых является Фестиваль Тыквы. Данный празд-

<sup>39</sup> На основе исследований автора

ник проводится с 2013 года по инициативе активных местных жителей, а также волонтеров. Мероприятие яркое, интересное, и очень полюбилось жителям и гостям села.

Иностранных граждан, жители Поднебесной не исключение, влечет к себе все новое, неизвестное, именно яркой и насыщенной программой обладает данный тур.

Одной из особенностью разрабатываемого турпродукта можно считать встречу зарубежных гостей аниматорами, в русских костюмах, а также с традиционным «хлебом да солью». Кроме того, ужин будет проходить в русском ресторане, где гостям будет предложено угадать, что находится в составе блюд.

Событийный тур «Тыква – всему голова!» предназначен для китайских туристов среднего и старшего возрастов, студентов, рабочих и других платежеспособных слоев населения.

Маршрут: Хэйхэ – Благовещенск – село Сергеевка – Благовещенск – Хэйхэ.

Продолжительность тура – 2 дня/1 ночь.

Целью разработки данного тура является развитие событийного туризма в городе Благовещенске, а также привлечение иностранных туристов в Амурскую область.

Туристам предлагается провести один день в Благовещенске, чтобы познакомиться с городом и его жизнью. Дальнейший маршрут предполагает поездку в село Сергеевка Благовещенского района на Фестиваль Тыквы.

#### **Калькуляция тура.**

В стоимость тура входит проживание в гостинице, питание, проезд, обзорная экскурсия по городу Благовещенску, экскурсия в краеведческом музее.

Туристическая группа в составе 10 человек и одного сопровождающего.

#### **1. Расходы на проживание.**

Предполагается размещение туристов в гостинице «Азия» в 2-х номере. Для расселения 10 человек понадобится 5 двух местных номеров.

Стоимость одного номера 4600 рублей, затраты на группу составляют  $4600 * 5 = 23000$  рублей.

На одного человека:  $23\ 000:10=2300$  рублей

Гостиница «Азия» расположена в самом центре Благовещенска – это великолепные возможности для отдыха, проведения деловых встреч и конференций. К услугам туристов – удобные номера, доступные цены и системы скидок. Выгодное расположение гостиницы «Азия» позволяет быстро добраться до главных достопримечательностей и крупнейших бизнес центров Благовещенска. Из окон гостиницы открывается великолепный панорамный вид на Благовещенск и соседний Китай.

В гостинице 258 комфортабельный номер от стандартного до двухкомнатного люкса и президентских. Весь номерной фонд выдержан в одном стиле, в приятной цветовой гамме и с удобной мебелью. На первом этаже гостиницы располагается стойка приема, бар, бутик, банкоматы Сбербанка и Росбанка. Здание гостиницы уже давно стало неотъемлемой частью Благовещенска, его достопримечательностью.

К услугам гостей гостиничного комплекса: интернет, парковка, организация конференций и мероприятий/банкетов. В ресторанах гостиницы «Азия» Вас порадует разнообразие блюд европейской и азиатской кухни.

Вопросы обеспечения максимальной безопасности проработаны в отеле с особой тщательностью. Снаружи и внутри здания установлено видеонаблюдение.

## 2. Транспортные расходы.

Транспорт будет в виде арендованного автобуса Форд Транзит рассчитанный на 13 человек в компании ООО «Автосфера».

Почасовая оплата автомобиля составляет 700 рублей, маршрут для автобуса будет 17 часов.

$17 * 700 = 11900$  рублей на группу.

$11\ 900:10=1\ 190$  рублей на человека.

### 3. Расходы на питание.

Питание (завтрак) включен в стоимость номера.

Обед будет осуществляться в гостинице «Азия» в ресторане «Лун Фу» на одного человека 500 рублей, на группу  $500 * 11$  (чел) = 5 500 рублей.

Ужин будет в русском кафе «Русская изба» на одного человека 700 рублей,  $700 * 11 = 7 700$  рублей.

Сух паёк во время обеда в село Сергеевка на одного человека 350 р., на группу  $350 * 11 = 3 850$  рублей.

Итого питание на группу 17 050 рублей.

$17 050 : 10 = 1705$  рублей на человека.

### 4. Расходы на экскурсионную и развлекательную программу.

Туристам предлагается посетить:

1) обзорную экскурсию по городу Благовещенску.

Продолжительность экскурсии – 2 часа.

Стоимость экскурсии – 450 рублей (чел),  $11 * 450 = 4950$  рублей на группу;

2) областной краеведческий музей им. Новикова-Даурского города Благовещенска.

Продолжительность экскурсии – 1 час.

Стоимость экскурсии – 150 рублей (чел),  $11 * 150 = 1650$  с группы.

Входной билет 300 рублей (чел),  $10 * 300 = 3000$  с группы + 150 р. для гида-сопровождающего.

3) Услуги экскурсовода (на русском и китайском языках) - 400 руб. (с группы)

Экскурсионное обслуживание для группы составило 10150 рублей.

$10 150 : 10 = 1 015$  рублей на одного человека.

4) Во время путешествия 2 дня рядом будет находиться гид – экскурсовод. Оплата почасовая 1100 рублей. 20 часов работы.

$20 * 1100 = 22000$  рублей с группы.

$22 000 : 10 = 2200$  рублей с 1 человека.

\*Все прочие мероприятия и экскурсии оплачиваются отдельно.

5. Итого прямых затрат: 84 100 руб.

6. Косвенные расходы (составляют 10% от прямых расходов):

$$84100 * 10 : 100 = 8\,410 \text{ руб.}$$

7. Полная себестоимость тура составляет 9251 руб. на одного человека,  $10 \times 9251 = 92510$  рублей на группу.

8. НДС (составляет 18% от полной себестоимости):

$$92\,510 * 18 : 100 = 16\,651,8 \text{ руб.}$$

9. Прибыль турфирмы составляет 20% от полной себестоимости:

$$92\,510 * 20 : 100 = 18\,502 \text{ руб.}$$

10. Продажная цена (включает полную себестоимость, НДС и прибыль):  $92\,510 + 16\,651,8 + 18\,502 = 127\,663,8$  руб.

11. Стоимость путевки на одного человека:

$$127\,663,8 : 10 = 12\,766,4 \text{ руб.}$$

В стоимость путевки не входит страхование, железнодорожные и авиабилеты. Таким образом, туристы добровольно принимают решение о страховании и определяются с выбором страховой, железнодорожной и авиа компаний, а так же могут пользоваться предоставляемыми им льготами на ж/д переезды и авиаперелёты.

Калькуляция представлена в таблице 11.

Маршрут: Хэйхэ – Благовещенск – село Сергеевка – Благовещенск – Хэйхэ.

Кол-во дней: 2 дня / 1 ночь    Кол-во туристов: 10

Таблица 12– Калькуляция событийного тура

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в %	Стоимость, выраженная в руб.	
		На группу (10чел)	На 1 чел.
1	2	3	4
Размещение в гостинице «Азия» (2-х местные номера)		23 000	2 300

1	2	3	4
Транспорт (аренда автобуса)		11 900	1 190
Питание		17 050	1705
Экскурсионное обслуживание		10 150	1 015
Услуги гида-переводчика		22 000	2 200
Итого прямых затрат		84 100	8 410
Накладные расходы	10 %	8 410	841
Полная себестоимость		92 510	9 251
НДС	18%	16 651,8	
Прибыль	20 %	18 502	1 850,2
Продажная цена		127 663,8	12 766,4

Программа тура.

1 день (17.09)

09:05 – Сбор группы на китайской таможне.

09:20 – Размещение туристов в каютах теплохода.

09:30 – Отправление туристов на теплоходе по маршруту «Хэйхэ – Благовещенск».

10:00 – Прибытие туристов в город Благовещенск.

10:30 – 12:00 – Размещение в гостинице «Азия». Обед в гостинице.

12:30 – 14:30 – Обзорная экскурсия по городу Благовещенску.

15:00 – 16:00 – Посещение краеведческого музея.

16:30 – 18:00 – Посещение торговых центров Острова, МЕГА

19:00 – 20:00 – Ужин в гостинице.

20:30 – 22:00 – Вечерняя прогулка по набережной города.

2 день (18.09).

8:00 – 9:00 Сборы туристов для отправления в с. Сергеевка, освобождение номеров.

9:00 – Завтрак в гостинице.

10:00 – 11:30 – г. Благовещенск – село Сергеевка.

11:30 – 12:00 – Обед на полевом стане.

12:00 – 15:00 – участие в Фестивале Тыквы.

15:00 – 16:20 – с.Сергеевка – г.Благовещенск.

16:30 – 17:00 – Отъезд туристов по маршруту «Благовещенск – Хэйхэ».

Маршрут тура представлен на рисунке 26.

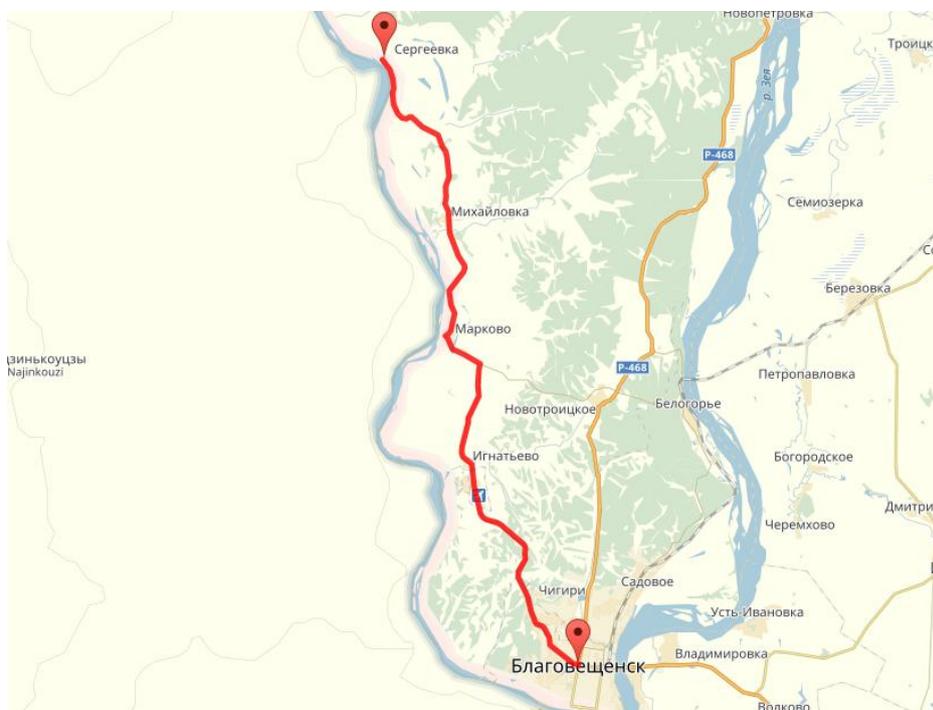


Рисунок 26 – Маршрут событийного тура

В ходе тура туристы будут целый день находиться в Благовещенске, после чего на второй день отправятся на фестиваль. Время в пути от Благовещенска до с.Сергеевка 1,2 часа. На пути следования можно будет увидеть такие населенные пункты как Игнатьево, Марково, Михайловка. Общая протяженность маршрута 63 км.

В программе фестиваля представлены следующие элементы:

- 1.Выставка – ярмарка (овощи, ягоды, мёд, зерно, угощения, выпечка, поделки и т.д.).
- 2.Конкурс тыкв, с занесением в Книгу рекордов села Сергеевки.
- 3.Выступление творческих коллективов сёл Благовещенского и Тамбовского районов.
- 4.Мастер-классы по изготовлению поделок из тыквы и других овощей.
- 5.Экскурсия «В гостях у фермера», с посещением фермерского хозяйства Вик-

тора Есина, обеда на полевом стане, знакомство с техникой и людьми, работающие в селе.

Благовещенск долгое время считался закрытым городом вплоть до 80-х годов прошлого столетия. Иностранным гражданам въезд был запрещен, российским жителям для въезда в город необходимо было оформить специальное разрешение. На сегодняшний день, въезд свободный, однако существуют населенные пункты, которые находятся в приграничной зоне и для их посещения нужно оформлять пропуск. Такими муниципальными районами являются: Сквординский район, Магдагачинский, Шимановский, Свободненский, Благовещенский, Тамбовский, Константиновский, Михайловский, Бурейский и Архаринский районы. Фестиваль, на который поедут туристы находится в приграничной зоне, поэтому для посещения мероприятия заблаговременно стоит оформлять допуск. Разрешение на въезд можно оформить в Пограничном управлении ФСБ России по Амурской области по адресу: Игнатьевское шоссе, 16.

Согласно приказа ФСБ РФ от 15 октября 2012 г. N 515 "Об утверждении Правил пограничного режима" (с изменениями и дополнениями)<sup>40</sup> существуют особые правила при оформлении и въезде на территорию. Для того чтобы получить пропуск на выбранную территорию необходимо собрать пакет документов, заполнить необходимые заявления и по истечению 30 дней получить разрешение. (для граждан РФ). В нашем случае мероприятие посещают китайцы, для которых процедура немного отлична от нашей. Так жителям КНР заявление на получение пропуска нужно подавать не менее чем за 60 рабочих дней, предоставив копию паспорта, визы, а также основание для въезда.

В заявлении следует указывать:

- место для прохода;
- количество человек, которые выезжают;
- срок пребывания;

---

<sup>40</sup>Приказ ФСБ РФ от 15 октября 2012 г. N 515 "Об утверждении Правил пограничного режима". [Электронный ресурс].— Режим доступа: - <http://base.garant.ru/70278052/> - 10.05.2016

- цель въезда;
  - данные транспортного средства, на котором будет осуществляться передвижение;
  - сведения о старшем группы (ФИО, дата и место рождения, место работы, данные паспорта, номер телефона). Образец заявления находится в Приложении.
- Вся необходимая информация для туриста будет написана в информационном листе, который представлен в Приложение.

Правила пограничного режима\*(1) разработаны в целях реализации статьи 16 Закона Российской Федерации от 1 апреля 1993 г. N 4730-I "О Государственной границе Российской Федерации" и устанавливают конкретное содержание, пространственные и временные пределы действия и круг лиц, в отношении которых они действуют. Технологическая карта по маршруту представлена в таблице 13.

Таблица 13 – Технологическая карта туристского путешествия «Тыква – всему голова!» по маршруту Хэйхэ – Благовещенск – село Сергеевка – Благовещенск – Хэйхэ на 2016 г.

Основные показатели маршрута	Характеристика
Вид маршрута	Событийный
Категория сложности	Нет
Продолжительность (сут.)	2 дня/1 ночь
Число туристских групп	1
Число туристов в группе	10
Всего туристов по маршруту	10
Всего человеко-дней обслуживания	20
Начало обслуживания первой группы	17.09.2016
Конец обслуживания последней группы	18.09.2016

Таким образом, в Амурской области и в частности в городе Благовещенске существует немало интересных и запоминающихся событий, о которых мало что знают, а может и совсем не знают иностранные туристы. Для того чтобы развивать событийный туризм в Амурской области был разработан тур «Тыква – всему голова!» для граждан КНР.

Информирование целевой аудитории – главный этап проекта, который нужно повторять на протяжении всей его реализации. Рекламную кампанию тура необходимо начать за 2 недели, а лучше всего за 1 месяц до его запуска. Эффективно использовать рекламу в СМИ, лифлетинг, а также Интернет-ресурсы.

В Китайской народной республике насчитывается 22 провинции, 5 автономных районов, 4 города центрального подчинения, а также Гонконг, Макао и Тайвань. Каждый из этих объединений имеют свои радио, телевидения и другие средства массовой информации. Трансграничным регионом Китая с Амурской областью является провинция Хэйлуцзян. Провинция делится на 13 единиц окружного уровня, в каждой из которых свои информационные каналы продвижения.

Для распространения информации о туре, а также расширения клиентской базы можно воспользоваться следующими СМИ в данной провинции (табл.14).<sup>41</sup>

Таблица 14 – Китайские газеты в провинции Хэйлуцзян

Китайское название города	Русское название города	Китайское название газеты	Русское название газеты
1	2	3	4
1.哈尔滨市	Харбин	生活月刊 黑龙江晨报 黑龙江日报 哈尔滨日报	Ежемесячнаяжизнь Heilongjiang Morning News HeilongjiangDaily Харбин Daily
2.齐齐哈尔市	Цицикар	齐齐哈尔日报 鹤城晚报	Цицикар Daily Haksong вечер
3.牡丹江市	Муданьцзян	牡丹江晨报 牡丹江日报	Муданьцзян Утро Муданьцзян Daily
4.佳木斯市	Цзямусы	佳木斯日报	Цзямусы Daily
5.大庆市	Дацин	大庆广播电视报	Дацин радио и телевидения
6.鸡西市	Цзиси	鸡西日报	Цзиси Daily
7.双鸭山市	Шуаньяшань	双鸭山日报	Шуаньяшань Daily
8.伊春市	Ичунь	伊春日报	Ичунь Daily

<sup>41</sup>Каталог китайских газет. 中国报纸名录.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: - [http://www.ebuywww.net.cn/free/free\\_directory\\_012.htm](http://www.ebuywww.net.cn/free/free_directory_012.htm) - 10.05.2016

1	2	3	4
9.七台河市	Цитайхэ	七台河日报	Цитайхэ Daily
10.鹤岗市	Хэган	鹤岗日报	Хэган Daily
11.黑河市	Хэйхэ	黑河日报	Хэйхэ Daily
12.绥化市	Суйхуа	绥化日报	Суйхуа Daily
13.大兴安岭地区	Да-Хинган-Лин	大兴安岭日报	Да-Хинган-Лин Daily

Для того чтобы о туре узнали, как можно больше людей необходимо поработать с туристическим рынком Китая, и именно с продвижением событийного тура.

Ниже представлены цены на рекламу на телевидение это каналы ССТV-1, ССТV-2, газета, а также стоимость на размещение в сети Интернет.

Таблица 15 – Ценовой показатель рекламы на ТВв КНР

Телевидение ССТV 1			
Время выхода в эфир	Цена (юань)		
	5 минут	10 минут	15 минут
А 6:55 7:55 С 6:20 7:15	53100	79600	99500
Д 6:35 7:30 Е 6:45 7:45			
В 6:10 8:10	44700	67000	83800
Г 8:25	28700	43000	53800
18:48-18:55	98000	146000	169800
08:32, 10:10, 14:00, 17:30	73000	110000	137000
12:00-12:30 (ССТV1/13)	116000	174000	218000
22:00-22:30	134000	202000	252000
Телевидение ССТV 2			
Время выхода в эфир	Цена (юань)		
	5 минут	10 минут	15 минут
07:00-08:00	38800	58800	71800
Пн-пт 21:55-22:23 Вт-сб 00:20-1:46	71900	110000	138300
21:55-22:53	79800	119000	148000
20:30-21:20	133000	205000	258000
21:20-21:55			
20:00-20:30, 16:05	76800	116000	145000
09:10, 13:20-14:20	46200	68250	85050

Кроме того, можно информировать китайских туристов на ТВ, на каналах ССТV, также на радио, можно завести канал в популярной китайской социальной сети WeChat.

Таблица 16– Ценник рекламы в газетах КНР

Газета				
Время выхода	Количество страниц	Размер (см)	Цвет	Цена (юань)
С пн по вс	1 страница	34*48	Черно-белый	340000
			Красный заголовок	400000
			Разноцветный	680000
	1(Сквозной текст) Без разделения на колонки	34*1,5	Черно-белый	14000
			Красный заголовок	16800
			Разноцветный	28000
	2, 3, 4 страницы	34*48	Черно-белый	100000
			Красный заголовок	140000
			Разноцветный	200000
	Заголовок	8.5*5.5	Черно-белый	15000
			Красный заголовок	18000
			Разноцветный	30000
1 страница	34*48	Черно-белый	280000	
		Красный заголовок	340000	
		Разноцветный	560000	
1(Сквозной текст) Без разделения на колонки	34*1.5	Черно-белый	12000	
		Красный заголовок	14400	
		Разноцветный	24000	
2, 3, 4 страницы	34*48	Черно-белый	100000	
		Красный заголовок	140000	
		Разноцветный	200000	

Что же касается сети Интернет, там размещение рекламы проводится в определенное время

8:00-15:59 70000ю за 2 часа

16:00-23:59 40000ю за 2 часа

0:00-7:59 40000ю за 2 часа

Кроме того, в современном мире интернет - реклама стала очень распространенной формой. Однако она показывает высокие цены. Размещение информации во многом зависит от размера, формата файла (Swf, Gif, Jpg).

Подводя итоги анализа цен на рекламу в Китае, следует заметить, что тарифы очень высокие и турфирмам необходимо тщательно думать о выборе метода, так как он может стать затратным, но при этом не привлечет новых клиентов.

Также можно разместить небольшие видеоролики о событийном туре в скоростных поездах, на внутренних ж/д и авиалиниях Китая. Ещё одним методом рекламы может стать договорённость между турфирмами России и КНР, а также размещение наружной рекламы на таможни г. Благовещенск.

Практическое применение проведенного исследование может быть использовано маркетологами, которые формируют рынок туристических услуг, а также менеджерами туристической индустрии для того, чтобы эффективно и грамотно работать с туристами из КНР. В последнее время у китайцев не возникает проблем с оформлением российской туристической визой. Более того, Амурская область и провинция Хэйлунцзян имеют в своём распоряжении безвизовый въезд.

Выше разработанный событийный тур с элементами шоп-тура, а также анимации может стать подходящим инструментом для привлечения китайских туристов из КНР на территорию нашей области, привлечения иностранных инвестиций в бюджет. Более того, его могут взять на вооружение туристические фирмы города Благовещенск.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе работы были получены результаты, которые позволили сделать выводы о проделанной работе.

В практике туризма понятие событийного туризма появилось недавно. Трактовок определения насчитывается достаточно много. Лаконичным является событийный туризм - это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия. Основа данного направления – событие.

По всему миру каждые страны стремятся создать зрелищные события, тем самым привлекая туристов и инвестиции в свой регион.

В современной практике существует ряд классификаций событийного туризма. Разные авторы разбивают его по различным критериям, таким как: форма, масштаб, тематика, функциональная направленность. Как и любой из видов туризма событийный имеет свои особенности, это массовость, всесезонность, экономическая выгода для региона, однако далеко не всегда можно спланировать спрос на событие. Эксперты предполагают, что в скором времени число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

В России на данный момент событийный туризм составляет 1 % во внутреннем направлении. Однако ряд субъектов оценивая возможность событий, развивают данное течение. Так, Самарская область становится признанной столицей событийного туризма. На Дальнем Востоке результатами может похвастаться только Приморский край, занимая призовые места в Национальной премии по событийному туризму.

Событий, способных привлечь туристов в Россию, пока не достаточно. Кроме того, существует ряд проблем, на которые стоит обратить внимание и по мере возможности их решить: недостаточно развитая туристская инфраструктура в регионах России, недостаточное внимание властей к событийному туризму, низкая эффективность систем продвижения продуктасобытийного ту-

ризма на рынок, недостаток информации о проведении событийных мероприятий в регионах России.

Организовать поездку на то или иное событие сможет любая принимающая фирма в России, однако заниматься организацией необходимо заранее.

Чтобы привлечь туристов в Россию, необходимо способствовать созданию условий для разработки новых продуктов событийного туризма, расширению спектра туристских услуг для различных групп туристов, разрабатывать и использовать стратегию эффективного продвижения турпродукта, сформированного на базе событийного туризма

Амурская область также славится своими праздниками и событиями, но на туристическом рынке отстает в своем развитии. К сожалению, в городе Благовещенске туристические фирмы не предлагают своим туристам событийные туры, всего 3 туркомпании могут предложить вам несколько направлений, однако в большинстве своём все работают по индивидуальному запросу. Ассортимент туров, которые предлагают турфирмы представлен в основном экскурсиями, но не на событиями. Исходя из сложившейся застойной ситуации на туристическом рынке необходимо внедрять событийные туры в город Благовещенск и Амурскую область. Несомненно важным фактором для турфирм является стабильность и регулярность проведения празднеств.

Особое географическое положение Амурской области обусловило географическую структуру турпотока. Наибольший удельный вес в структуре въездного туризма составляют граждане КНР. В ходе работы были изучены факторы, которые влияют на потребительскую способность туристов из Китая, которыми можно воспользоваться при разработке, а также формировании туров в дальнейшей работе.

Целью разработанного событийного тура является развитие событийного туризма в Амурской области, а также привлечение регулярного потока иностранных туристов. Всё же нельзя забывать о методах продвижения турпродукта, в котором может помочь event-маркетинг.

Туристическим фирмам наше города необходимо обратить внимание на событийный туризм, направление столь молодое, однако на столько стремительно развивающиеся, которое имеет огромные перспективы для развития.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Александрова А.Ю. Фактор сезонных колебаний в развитии туристско-рекреационной сферы [Текст] / А.Ю. Александрова // Вестник ТвГУ. Серия «География и геоэкология». — 2013. — № 8. — С. 99—110.

2 Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/12978/> - 2.03.2016

3 Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. — 363 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/babkin09.htm](http://tourlib.net/books_tourism/babkin09.htm) - 2.03.2016

4 Биржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94—111. [Электронный ресурс].—Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm) - 2.03.2016

5 Вань Мяо, Основные доминанты событийного туризма / Вань Мяо. — М.: Наука, 2009. — 86 с.

6 Власова Т.И. Событийный туризм — эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион [Текст] / Т.И. Власова, А.В. Алейников // Вестник НАТ. — 2015. — № 1. — С. 38—40.

7 Воронин А.Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации [Текст] / А.Н. Воронин, И.В. Крылова, Г.А. Громова // Вестник НАТ. — 2012. — № 2. — С. 40—43.

8 Всероссийская конференция «Актуальные проблемы и перспективы развития событийного туризма // Официальный сайт Федерального агентства по туризму — 03.07.2012. / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://russiatourism.ru/news/1942/> - 5.03.2016

9 Выходные в Китае. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/10/content\\_10394.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-12/10/content_10394.htm) - 7.04.2016

10 Генкин, Д.М. Массовые праздники / Д.М. Генкин. – М. : Просвещение, 2010. – 140 с.

11 ГБУ Амурской области «Агентство по туризму Амурской области». [Электронный ресурс]. — Режим доступа:<http://www.amurvisit.ru/> - 12.04.2016

12 Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2007. — № 6. — С. 116—119.

13 Итоги Национальной премии в области событийного туризма «RussianEventAwards» 2015 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rea-awards.ru/> - 20.03.2016

14 Каталог китайских газет. 中国报纸名录.[Электронный ресурс]. — Режим доступа: - [http://www.ebuywww.net.cn/free/free\\_directory\\_012.htm](http://www.ebuywww.net.cn/free/free_directory_012.htm) - 10.05.2016

15 Климова Т.Б., Вишневская Е.В., Богомазова И.В. К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА НА УРОВНЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.; [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16106> - 15.03.2016

16 Комиссарова, Е.Н. Проблемы развития событийного туризма в России / Е.Н. Комиссарова. – М.: Российская международная академия туризма, 2014. – 62 с.

17 Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

18 Леонидова Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2015. № 7(18). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307> - 5.03.2016

19 Министерство культуры Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/> - 7.04.2016

20 Народные празднества в России [Электронный ресурс] // Афиши: офиц. сайт. - Режим доступа: <http://afishi.ru> – 7.04.2016

21 Национальный календарь событий России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://eventsinrussia.com/region/amur-oblast> - 7.04.2016

22 Национальный туристический портал. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://russia.travel/> - 7.04.2016

23 Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно- практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». — Томск, 5—6 апреля 2012 г. — С. 81—84.

24 Окладникова, Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира : учебное пособие / Е.А. Окладникова.— СПб. : Омега-Л, 2009. - 384 с.

25 Представители городского округа Тольятти примут участие в пресс-конференции по итогам проведения Федеральных туристических премий 2015 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://russiatourism.ru/contents/turism\\_v\\_rossii/regions/privolzhskiy-fo/samarskaya-oblast/predstaviteli-gorodskogo-okruga-tolyatti-primut-uchastie-v-press-konferentsii-po-itogam-provedeniya-federalnykh-turisticheskikh-premiy-2015-goda?sphrase\\_id=192597](http://russiatourism.ru/contents/turism_v_rossii/regions/privolzhskiy-fo/samarskaya-oblast/predstaviteli-gorodskogo-okruga-tolyatti-primut-uchastie-v-press-konferentsii-po-itogam-provedeniya-federalnykh-turisticheskikh-premiy-2015-goda?sphrase_id=192597)- 15.03.2016

26 Приказ ФСБ РФ от 15 октября 2012 г. N 515 "Об утверждении Правил пограничного режима". [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://base.garant.ru/70278052/> - 10.05.2016

27 Ростуризм, МИД России и Посольство КНР обсудили подготовку к приему китайских туристов в "высокий" сезон. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://www.russiatourism.ru/news/10419/> - 27.04.2016

28Сergeeva E. Вологодская область. Туризм нового формата // Сетевое издание «Туристический портал TRIP2RUS.RU» / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.trip2rus.ru/interview/2660-> 10.03.2016

29Сергиенко А. Б. Особенности потребительского поведения китайских туристов // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 538-541.

30Сидорова, А.А. Событийный туризм как главный вид туризма / А.А. Сидорова. – Смоленск : Универсум, 2009. – 36 с.

31СирченкоА.А. О перспективах развития событийного туризма в Российской Федерации // Информационно-аналитический портал«Предпринимательство и право» — 13.11.2012 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lexandbusiness.ru/view-article.php?id=1313-> 10.03.2016

32 События, привлекающие туристов [Электронный ресурс] // Академик: офиц. сайт. - Режим доступа: [http:// dic.academic.ru.](http://dic.academic.ru.) – 7.04.2016

33 Технология проектирования тура. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/proektirovanie.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/proektirovanie.htm) - 20.03.2016

34Туризм в России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://sokolov33.ru/index.php/vid-tirizm/80-sobytijnyj-turizm> - 15.03.2016

35Ускова Т.В. Социально-экономический ресурс туризма: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. — Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. — 182 с.

36Ушакова Е.О. Критериальный подход к оценке туристских ресурсов региона (на примере Новосибирской области) // ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ. — 2013. — № 2. — С. 57—61.

37Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИЮФУ, 2010/[Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.aup.ru/books/m19/2\\_1.htm](http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm) - 15.03.2016

38 Ценовой диапазон на рекламу в сети Интернет. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://m.baidu.com/from=844b/>—5.05.2016

- 39 Цены на рекламу в газетах. 报纸广告报价. [Электронный ресурс].  
— Режим доступа: - <http://wapwenku.baidu.com/view>- 5.05.2016
- 40 Цены на рекламу на ТВ. 2016 年中央电视台广告价格. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://wapwenku.baidu.com>- 5.05.2016
- 41 Энциклопедия маркетинга. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\\_marketing.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event_marketing.htm) - 20.03.2016
- 42 World Tourism Organization UNWTO. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: - <http://www2.unwto.org/en> - 7.04.2016

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Программа тура

Таблица А.1 - Программа тура

Программа тура	
1 день	17.09
09:05	– Сбор группы на китайской таможне.
09:20	– Размещение туристов в каютах теплохода
09:30	– Отправление туристов на теплоходе по маршруту «Хэйхэ – Благовещенск».
10:00	– Прибытие туристов в город Благовещенск.
10:30 – 12:00	– Размещение в гостинице «Азия». Обед в гостинице.
12:30 – 14:30	– Обзорная экскурсия по городу Благовещенску.
15:00 – 16:00	– Посещение краеведческого музея.
16:30 – 18:00	– Посещение торговых центров Острова, МЕГА
19:00	– Ужин в гостинице
20:30 – 22:00	– Вечерняя прогулка по набережной города.
2 день	18.09
8:00 – 9:00	- Сборы туристов для отправления в с. Сергеевка, освобождение номеров.
9:00	-Завтрак в гостинице.
10:00 – 11:30	– г. Благовещенск – село Сергеевка.
11:30 – 12:00	– Обед на полевом стане.
12:00 – 15:00	– участие в Фестивале Тыквы.
15:00 – 16:20	– с.Сергеевка – г.Благовещенск.
16:30 – 17:00	– Отъезд туристов по маршруту «Благовещенск – Хэйхэ».

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Анкета на русском языке

1. Ваш пол
  - Мужской - Женский
2. Ваш возраст
  - 18-24 - 25-34 - 35-44 - 45-54 - 55-60 - Старше 60
3. Ваш социальный статус
  - Студент - Работник - Домохозяйка
  - Временно не работающий - Пенсионер
4. Как часто Вы совершаете туристические поездки?
  - Реже 1 раза в год - 1 раз в год - 2-3 раза в год - 4 и более раз в год
5. С кем Вы предпочитаете путешествовать?
  - Один - С семьёй - В компании друзей
  - В составе группы - Другое (укажите)
6. Бывали ли в Амурской области?
  - Да - Нет
7. Знаете ли вы что такое событийный туризм?
  - Да - Нет - Слышал(а)
8. Какой из праздников вы бы хотели посетить?
  - Рождественские колядки - Крещенские купания - Фестиваль Тыквы
  - «Амур-трофи» - Международный заплыв «Дружба»
9. Какова, по Вашему мнению, оптимальная продолжительность турпоездки по Амурской области?
  - от 1-3 дней - от 4 -7 дней - от 7 - 14 дней
  - от 14 - 21 дня - Более 21 дня
10. Какую сумму Вы готовы потратить за поездку в Амурскую область?
  - 1000 юаней -2000 – 4000 ю - 4000 ю и более

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

## Анкета на китайском языке

1.你的性别

- 男-女

2.您的年龄

- 18-24 岁- 25-34 岁- 35-44 岁- 45-54 岁- 55-60 岁- 60 岁以上

3.你的社会地位

- 学生 -工作 -者家庭 -主妇暂时关闭 -工作的退休

4.你多久了游客的行程?

- 每年不到 1 次 - 每年 1 - 一年的 4 倍以上 - 每年 2-3 次

5.谁做你喜欢旅行?

- 一个与 - 他的家人 - 在朋友的陪伴 - 下组其他 - (填写町) 的

6.你有没有在阿穆尔州?

- 是 - 否

7.你知道什么旅游活动?

- 没有听到 - 是 - 否

8.您想参观的活动?

- 圣诞颂歌 - 顿悟洗澡 - 节日南瓜 - 夏季开幕, “丘比特奖” - 国际游泳“是朋友, 巴”

9.什么是, 在您看来, 图里帝国主义游的最佳时间, 以阿穆尔地区?

-从1 至 3天 - 从 4至7 天 - 从 7 至 14 天 - 从 14 至 21 天 - 21 天以上

10.你多少钱也愿意每趟花费在阿穆尔州?

- 1000 元 - 2000 - 4000 元 - 4000 元多

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

## ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу выдать мне пропуск для въезда (прохода) в пограничную зону

\_\_\_\_\_ (место, населенный пункт, муниципальное образование, область, край, республика)

куда организованно въезжает (проходит) группа граждан в количестве \_\_\_\_\_ человека (а), сроком пребывания до \_\_\_\_\_

Цель въезда (прохода) в пограничную зону \_\_\_\_\_

Транспортное средство (1) \_\_\_\_\_ (тип) \_\_\_\_\_ (марка)

\_\_\_\_\_ (государственный регистрационный номер)

\_\_\_\_\_ (идентификационный номер (VIN))

Сведения о старшем группы:

Фамилия \_\_\_\_\_ имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_ дата и место рождения \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (год рождения, населенный пункт, район, область, край, республика)

Место работы (учебы), службы \_\_\_\_\_ (полное наименование предприятия, учреждения,

\_\_\_\_\_ организации, учебного заведения, занимаемая должность)

Номер служебного (рабочего) телефона \_\_\_\_\_

Место жительства (пребывания) \_\_\_\_\_

Номер домашнего (мобильного) телефона \_\_\_\_\_

Документ, удостоверяющий личность \_\_\_\_\_ (вид)

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_ выдан \_\_\_\_\_ (серия) \_\_\_\_\_ (номер) \_\_\_\_\_ (наименование органа,

\_\_\_\_\_ выдающего документ, удостоверяющий личность)

\_\_\_\_\_ (дата выдачи документа)

Дополнительная информация, просьбы (2) \_\_\_\_\_

Заявитель \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (расшифровка подписи)

\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

(1) Графа заполняется в случае планирования въезда в пограничную зону на личном или служебном транспорте  
(2) В этой графе указывается способ получения пропуска заявителем.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

## ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК

к путевке туристического путешествия на автобусе г. Благовещенск – с. Сергеевка.

1. Тип поездки: тур.путешествие.

(Во избежание недоразумений, просим Вас за 1-2 дня до начала тура еще раз уточнить время и дату отъезда по телефону)

2. Порядок проводов туристов к месту отдыха. В случае опоздания туриста к назначенному времени, автобус ожидает не более 5мин. Опоздавшие догоняют группу самостоятельно и за свой счет.

3.Проезд: в комфортабельном автобусе. В автобусе имеется: телевизор, кондиционер.

Прием пищи, а в особенности горячих напитков, во время движения автобуса не желательно. Во время движения автобуса категорически запрещается: ходить по салону, отвлекать водителя, выбрасывать из окон мусор, высовываться из окон, курить и распивать спиртные напитки.

- маршрут автобуса: Благовещенск – с.Сергеевка – Благовещенск.

4. Страховка: Оформляется туристами самостоятельно.

5.Рекомендуем соблюдать следующие правила:

Соблюдайте правила личной гигиены.

Употребляйте бутилированную или кипячёную воду.

6. Документы в дорогу:

- заграничный паспорт.

7. Оформление пропуска на пограничную зону осуществляется за 60 рабочих дней.

Приятного Вам отдыха!